

eadaview

Where business people grow

> ENTREVISTA

**Marco
Meier,**
GLOBAL BUSINESS
LEADER EN
Google
pág. 4

► ENTREVISTA

**DRA. FEDERICA
MASSA SALUZZO,**
INVESTIGADORA
Y PROFESORA
DE STRATEGIC
MANAGEMENT
pág. 20



ANNUAL MEETING 2017

==== **60° ANIVERSARIO** ====

Growing together: from the past to the future

SAVE THE DATE

10.11.2017

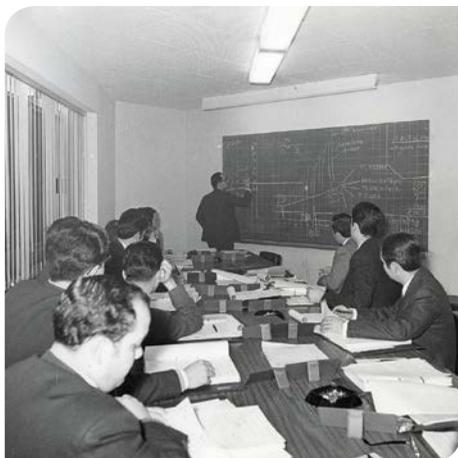
📅 Viernes 10 de Noviembre 🕒 18:00h a 21:00h ✉️ RSVP: eam@eada.edu

📍 L'Hivernacle, Poble Espanyol, Av. Francesc Ferrer i Guàrdia, 13, Barcelona

eada[®]
alumni

1957-2017: acercándonos a nuestro próximo 60 aniversario

Barcelona año 1957. Los consultores Arturo Alsina i Gallart e Irene Vázquez Mier, que habían trabajado juntos en la remodelación de algunos de los servicios sociales del Ayuntamiento de Barcelona (Nuestra Señora del Port), crearon una pequeña consultora. En esa época, Barcelona era el motor económico e industrial de España, por lo que había una gran demanda de profesionales con habilidades y experiencia en *management*. Conscientes de esta necesidad, Arturo e Irene crearon EADA en 1957, que coincidió con la inauguración, poco después, de otras dos excelentes escuelas de negocios, con sede también en la ciudad condal.



Desde sus inicios EADA se distinguió por el enfoque práctico de las clases, más propio de consultores que de académicos. Además, todos los programas se impartían en grupos muy reducidos (20-35 participantes) y se caracterizaban por su independencia económica. Así pues, el humanismo, la independencia intelectual y de respeto a los otros y la independencia económica siempre han sido los valores diferenciales de EADA.

Otro de los rasgos distintivos de nuestra escuela ha sido la relación de proximidad con las empresas y con los directivos que tienen necesidad de un mayor desarrollo personal y profesional. De ahí que desde sus orígenes EADA haya estado centrada en los *Executive Education Programmes*.

Desde este punto de vista, la evolución de EADA es inseparable de la evolución de Barcelona y del mundo empresarial durante estas seis décadas. Así, por ejemplo, en los años 80 la escuela de negocios pasó de ser considerada como un *outsider* a una institución que no sólo formaba a importantes directivos de nuestro país sino también a profesionalizar todo el tejido empresarial. En esa época, EADA ya fue reconocida como una de las primeras escuelas de España y de Barcelona.

A finales de los 80 iniciamos los programas de postgrado en versión *full-time* para participantes más jóvenes y sin experiencia laboral. El objetivo era doble. Por una parte, dar respuesta a la petición que nos hacían llegar los antiguos alumnos de EADA de formar a sus hijos recién graduados. Por otra, atender a la creciente demanda de empresas que querían incorporar perfiles "junior" con una buena formación práctica.

En los siguientes años lanzamos los MBA *full-time* y los masters especializados (MSC), que por su duración de un año intensivo se convertían en programas ideales para ofrecer a mercados más lejanos. La diversidad de países de procedencia de nuestros participantes así como la ampliación de programas completamente en inglés ha contribuido a la internacionalización de toda la institución en estas últimas décadas.

Hoy en día, EADA es una fundación educativa absolutamente internacional por sus participantes y profesorado. La creación en 2007 del *International Advisory Board* (IAB) como un órgano asesor del propio Patronato añade un fuerte componente internacional en su gobierno.

Afrontamos el 60 aniversario del nacimiento de EADA con optimismo, pues somos una fundación privada sin ánimo de lucro, jugamos en la primera Liga mundial como lo demuestran nuestros rankings y acreditaciones internacionales de calidad, somos la única escuela de negocios de Europa con una zona *outdoor* para el aprendizaje de alto impacto en el Collbató Residential Training Campus y, además, estamos remodelando completamente el campus de Barcelona –el Barcelona City Centre Campus–.

Este viaje ha sido posible gracias al apoyo de todos los que a lo largo de más de medio siglo nos han otorgado su confianza: Alumnos, antiguos alumnos, empresas, profesores, *staff*, *partners* académicos, miembros del Patronato y del *International Advisory Board*. Ahora es el momento de pedirles a todos redoblar su compromiso, su apoyo incondicional, para seguir formando a los mejores líderes de nuestro país, unos líderes que deben contribuir a una sociedad mejor, más justa e igualitaria.

David Parcerisas



n.30

David Parcerisas
Presidente del Patronato de la Fundación EADA

Impreso en papel FSC, elaborado a partir de fibra de madera 100% libre de clorines. Por favor, tenga en consideración el medio ambiente y recíclalo. También puede descargar la revista en nuestra web www.eada.edu

Depósito Legal:
B-39.718-2004
Esta publicación no comparte necesariamente las opiniones expresadas en los artículos firmados de la misma. Prohibida la reproducción total o parcial sin la autorización expresa del editor.

Edita:
EADA
Aragó 204
08011 Barcelona
Tel. 93 452 08 44
www.eada.edu
info@eada.edu

Tirada de este número:
28.000 ejemplares

Editor:
Rosa Salvadó
rsalvado@eada.edu

Arte, Diseño y Coordinación Editorial:
Guillem Sanz

Redactor jefe:
Óscar Maronda

Colaboradores:
Jessica Villoslada, Soraya del Angel.

Publicidad:
Jessica Villoslada
jvilloslada@eada.edu



Marco Meier, Global Business Leader en Google y EADA Alumni

Marco Meier, Global Business Leader at Google and EADA Alumni



GOOGLE HA DEMOCRATIZADO EL ACCESO AL CONOCIMIENTO

GOOGLE HAS DEMOCRATISED ACCESS TO KNOWLEDGE



EL ALUMNI MARCO MEIER DECIDIÓ UN DÍA ABANDONAR EL BALONCESTO PROFESIONAL POR EL APASIONANTE MUNDO DEL MARKETING DIGITAL. TRAS GRADUARSE EN 2007 EN EL INTERNATIONAL MASTER IN MARKETING DE EADA EMPEZÓ A INDAGAR SOBRE CUÁL ERA SU VERDADERA PASIÓN. ESO LE LLEVÓ A DIFERENTES PAÍSES, EMPRESAS Y EXPERIENCIAS. COMO YA LE OCURRIÓ EN SU ETAPA DE JUGADOR DE BALONCESTO, SE CAYÓ Y LEVANTÓ VARIAS VECES. PERO FINALMENTE CONSIGUIÓ EN 2015 ENTRAR EN GOOGLE COMO *GLOBAL BUSINESS LEADER*.

EADA ALUMNI MARCO MEIER TRADED HIS PROFESSIONAL BASKETBALL CAREER FOR THE EXCITING WORLD OF DIGITAL MARKETING. AFTER GRADUATING FROM EADA'S INTERNATIONAL MASTER IN MARKETING IN 2007, HE BEGAN AN INCESSANT SEARCH FOR HIS TRUE PASSION. THIS LED HIM TO DIFFERENT COUNTRIES, COMPANIES AND EXPERIENCES. AFTER FALLING –AND PICKING HIMSELF UP, JUST LIKE IN BASKETBALL– SEVERAL TIMES, HE FINALLY JOINED GOOGLE AS THE GLOBAL BUSINESS LEADER IN 2015.

P Te vimos el verano pasado en la Ceremonia de Clausura de los Masters Internacionales de EADA. Era la primera vez que dabas un discurso de graduación. ¿Qué representó para ti esta experiencia?

Q We saw you last summer at EADA's International Masters Closing Ceremony. You mentioned that it was the first time you had given a commencement speech. What did this experience represent for you?

R Preparar un discurso que inspiraría a 800 personas de 60 países diferentes fue un gran desafío y un momento tan especial como mi día de graduación en EADA. Yo que me crié en un entorno humilde, por lo que nunca imaginé en vivir una experiencia tan emocionante como esta.

A Giving a speech that would inspire 800 people from 60 different countries was an exciting challenge as special as my own graduation day. Growing up in relatively humble circumstances, I never dreamt of all of the endless possibilities that life offers.

P Tú estabas ahí sentado 9 años antes. ¿Recuerdas cómo te sentías?

Q How did feel 9 years earlier, when you were listening to the commencement speech at your graduation?

R En ese momento, mi principal reto era encontrar un trabajo que me hiciera feliz y me reportara ingresos económicos, por supuesto. Lo importante es tener claro lo que buscas a largo plazo y no tener miedo a dar un giro a tu carrera o asumir riesgos para acercarte a tu objetivo. Por ejemplo, en mi caso, cualquier trabajo al que aspiraba debía contemplar la posibilidad de viajar y conocer personas de otras culturas.

A The challenge for me has always been to find a job that would make me happy and pay for my meals at the same time. The important thing is to always keep your long-term goals in mind; don't be afraid to switch careers or take risks to get closer to your long-term goals. For example, I always knew I wanted a job where I could travel and see different countries, so I kept that in mind when I looked for new opportunities.

P ¿Cuál fue tu experiencia profesional tras graduarte?

R Mi primer trabajo fue en una consultoría. Después, entré en una agencia de comunicación en la que había una cultura de trabajo más relajante y con un ambiente muy jovial. Al poco, esta agencia (Starcom Mediavest) empezó a buscar perfiles para el nuevo departamento de marketing digital que iba a abrir en Dubai. Un compañero de clase en EADA, Fouad Karam, que trabajaba allí, me insistió en enviarles mi CV. Y así fue como me trasladé a Dubai, un lugar excelente para hacer *networking* y asumir importantes responsabilidades en poco tiempo. Además, allí no se paga ningún impuesto sobre la renta.

“Recomiendo a todo el mundo no tener miedo a dar un giro a su carrera o a asumir riesgos para estar más cerca de su objetivo”



P En la ceremonia de EADA dijiste: “Si sigues tu pasión sabrás que el fracaso no es el destino”.

R Quise decir que si fallas en algo –y todos, en algún momento de la vida, lo hacemos– es muy importante que aprendas de los fallos y que sigas intentándolo. Hay que seguir el ejemplo de personas como Michael Jordan, el mejor atleta de todos los tiempos, que una vez dijo: “He perdido más de 9.000 disparos en mi carrera. He fallado una y otra vez en mi vida. Y es por eso que tengo éxito”.

P También recordaste lo que dijo Steve Jobs en su acto de graduación: “La única manera de hacer bien tu trabajo es amando lo que haces”. ¿En el contexto económico actual es viable este propósito?

R Reconozco que no siempre es fácil conseguir este objetivo. Pero yo crecí en un entorno humilde, con una madre que trabajaba en dos o tres sitios diferentes para que mis hermanos y yo tuviéramos un plato en la mesa. Ella hizo un sacrificio enorme para que tuviéramos oportunidades en la vida. Siempre estaré enormemente agradecido por ello. Cuando mi madre se despertaba cada día a las 5 de la mañana no tenía tiempo ni para pensar en la cita de Jobs.

Q What was your career like after graduation?

A My first job was in a consulting company. After that, I took a job at a media agency with a much more relaxed company culture and a younger atmosphere. This agency (Starcom Mediavest) had just decided to open a digital marketing department in Dubai, and it was looking for new people. Actually, a classmate from EADA recommended that I apply, as he worked in same company at the time. Dubai is excellent for networking and taking on responsibility faster than you would in most markets – plus, you don’t pay income tax.

“I RECOMMEND NOT BEING AFRAID TO CHANGE CAREERS –OR TAKE OTHER RISKS– TO GET CLOSER TO YOUR LONG-TERM GOAL.”

Q At the EADA Closing Ceremony you said, “If you follow your passion, you will know that failure is not a destination”. What did you mean?

A I meant that if you do fail at something –and we all do– it is really important to learn from that failure, and even more important to keep trying. To quote one of the most successful athletes of all time, Michael Jordan said, “I’ve missed more than 9000 shots in my career. I’ve lost almost 300 games. Twenty-six times, I’ve been trusted to take the game winning shot and missed. I’ve failed over and over and over again in my life. And that is why I succeeded”.

Q You also mentioned Steve Jobs’s quote, “The only way to do great work is to love what you do”. Do you think this is a realistic goal in today’s complicated economic climate?

A I agree that it is a complicated goal to achieve. I was raised in humble circumstances by a single mom who usually worked 2-3 jobs to put food on the table. She made such an incredible sacrifice to provide a life with so many opportunities for me, and I’m forever grateful for that. My mom certainly did not think about Steve Job’s quote when she woke up every morning at 5 am.

CON OTRA MIRADA

SU LIBRO DE CABECERA

When breath becomes air, de Paul Kalanithi). Es una historia preciosa que incide en la idea de que la vida sucede ahora, no sólo en el futuro

LA CANCIÓN DE SU VIDA

Crecí escuchando *hip-hop*. Prefiero no mencionar ningún tema en particular porque quizás su letra sea algo de lo que no me pueda sentir orgulloso

UNA PELÍCULA PARA RECORDAR

Raramente veo películas, disfruto más viendo series como *Narcos*, *Breaking Bad* o *The Wire*

SU PLATO FAVORITO

Sobre todo, comida italiana, a parte de la que hace mi abuela

EL MEJOR MOMENTO DEL DÍA

Cualquier hora, excepto cuando suena el despertador por la mañana

UN LUGAR DONDE PERDERSE

Cualquier lugar donde pueda estar junto a mi familia y amigos

LA POSESIÓN MÁS PRECIADA

Mi pasaporte

UN SUEÑO CUMPLIDO

Vivir en Nueva York. Me encanta la energía de esta ciudad

UNA VIRTUD Y UN DEFECTO

La persistencia, en ambos sentidos

UNA REFLEXIÓN O CITA QUE RECOMIENDE

“La suerte es lo que sucede cuando la preparación se encuentra con la oportunidad”, de Séneca. También “Just do it” de Nike, un lema muy simple pero muy energético

UNA META POR CONSEGUIR

Vivir una vida feliz y saludable con amigos y familia

¿QUÉ ES LO QUE MÁS BUSCAS EN GOOGLE?

Curiosamente el tiempo cada mañana. Mirar por la ventana sigue sin ser una alternativa interesante para mí



P Por qué escogiste EADA para realizar el International Master in Marketing?

R Principalmente por dos motivos. El primero era la multiculturalidad en las aulas. Por ejemplo, en mi clase creo que éramos unas 25 personas de 15 países diferentes. Trabajar con perfiles de otras culturas aporta un gran valor al trabajo que haces, además de aprender mucho más en cualquier proceso. El segundo aspecto que me interesó fue la metodología *learning by doing*, un aprendizaje que está muy cercano al mundo real de la empresa.

P Tras graduarte en EADA tuviste la oportunidad de trabajar en Google. Explícanos cómo fue tu progreso en la compañía.

R Google genera la mayor parte de sus beneficios por las ventas publicitarias. Mis primeros tres años en la compañía estuve focalizado en esta área, a través de los productos de Google y de YouTube. Hace dos años me incorporé al equipo global que trabaja con grandes marcas que afrontan su transición al entorno digital. En mi puesto actual como *Global Business Leader* estoy más centrado en proyectos a largo plazo. Las marcas las construyen hoy en día los consumidores a través de las múltiples experiencias que tienen por diferentes canales. De ahí que las compañías nos demanden cada vez más una visión holística que incluya una estrategia de marketing digital y, al mismo tiempo, un servicio de consultoría.

P ¿Qué supone para ti trabajar en un gigante como Google?

R Es una oportunidad para ver *in situ* cómo una compañía de esta magnitud toma esas decisiones estratégicas que la convierten en un referente internacional. Así, por ejemplo, Google empodera a sus trabajadores para que tomen decisiones rápidas. Además, se analiza todo y nos informan continuamente acerca de la compañía y del sector en general. Así, nuestros dos fundadores hacen semanalmente Q&A a todos los empleados. Sin duda, es un nivel de transparencia e información que no había visto anteriormente en ninguna otra empresa y que nos ayuda a todos a tomar esas decisiones rápidas. También destacaría que todos estamos involucrados en los procesos de selección de futuros compañeros.

Q Why did you chose EADA for your Master in Marketing?

A There are two things that really stood out for me about EADA. Firstly, EADA really emphasises diversity. In my class, we had around 25 people from 15 different countries. Working with people from many different backgrounds really adds value to the work that you produce and you learn so much in the process. Secondly, the learning experience at EADA is as close as it gets to the real business world.

Q After graduating from EADA, you had the opportunity to pursue a career at Google. Tell us about your career there.

A Google generates most of its revenue from advertising sales. My first three years at the company, I mostly focused on advertising across Google and YouTube products. Two years ago, I joined our global team, which works with the largest brands –and their agencies– to accelerate the transition to marketing in a digital world. In my current role as a Global Business Leader, I am focused on more long-term projects. Today, brands are built through multiple, connected consumer experiences that take place across many different channels. This has created a move towards providing a more holistic approach that includes both marketing and consulting.

FROM ANOTHER PERSPECTIVE

THE BOOK ON YOUR BEDSIDE TABLE?

'When breath becomes air', by Paul Kalanithi. It is a beautiful story about how life happens now, and not only in the future

YOUR FAVOURITE SONG?

I grew up listening to hip hop, so I'd rather not name a specific song... it's very likely that the lyrics may not be something I'm proud of

A MEMORABLE FILM?

I rarely watch films, but I enjoy TV series like 'Narcos', 'Breaking Bad' and 'The Wire'.

YOUR FAVOURITE DISH?

If I had to choose just one type of cuisine, it would definitely be Italian food... apart from grandma's cooking, of course!

THE BEST PART OF THE DAY?

Any time really... except when the alarm clock goes off.

A PLACE TO LOSE YOURSELF?

Spending time with my best friends and family

YOUR MOST PRIZED POSSESSION?

My passport

A DREAM THAT HAS COME TRUE FOR YOU?

Living in New York. I truly love the energy of that city

NAME ONE OF YOUR QUALITIES AND ONE OF YOUR FAULTS.

Persistence, for both

A REFLECTION OR QUOTE THAT YOU WOULD RECOMMEND?

"Luck is what happens when preparation meets opportunity," from Seneca. "Just do it" from Nike is also one of my all-time favourites because it is so simple, yet so powerful

A GOAL YOU WISH TO ACHIEVE?

Live a healthy and happy life with friends and family

WHAT DO YOU GOOGLE MOST?

Oddly enough, the weather every morning! You would think that looking outside the window would be an interesting alternative, but it hasn't caught on with me yet

P En tu *speech* en la ceremonia de clausura dijiste que Google está cambiando el mundo con tecnología. ¿En qué sentido?

R La misión de Google siempre ha sido "ordenar toda la información que se genera en todo el mundo y hacerla universalmente accesible a cualquiera". Google ha democratizado el acceso a la información y al conocimiento. Por ejemplo, zonas remotas del mundo ya tienen acceso a Internet. En este mismo sentido, YouTube está democratizando el acceso a la información. Da igual que seas una superestrella como Justin Bieber –quien, de hecho, fue descubierto a través de esta plataforma– o una bloguera que tiene el coraje de promover la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en Arabia Saudí. Hay muchísimos ejemplos que me hacen levantar cada día de la cama muy motivado y con ganas de trabajar en esta compañía increíble.

P ¿Qué opinas sobre la controversia en torno a las políticas de privacidad de Google?

R Casi todos nuestros productos son gratuitos para los usuarios y apoyamos aquellos productos con publicidad. En los últimos años hemos hecho un gran trabajo al ofrecer mayor control y transparencia a nuestros usuarios en cuestión de privacidad. De hecho, tenemos una web dedicada exclusivamente a ello (<https://privacy.google.com>). Cualquiera es capaz de controlar qué datos quieren compartir así como adaptar los anuncios publicados según sus preferencias.

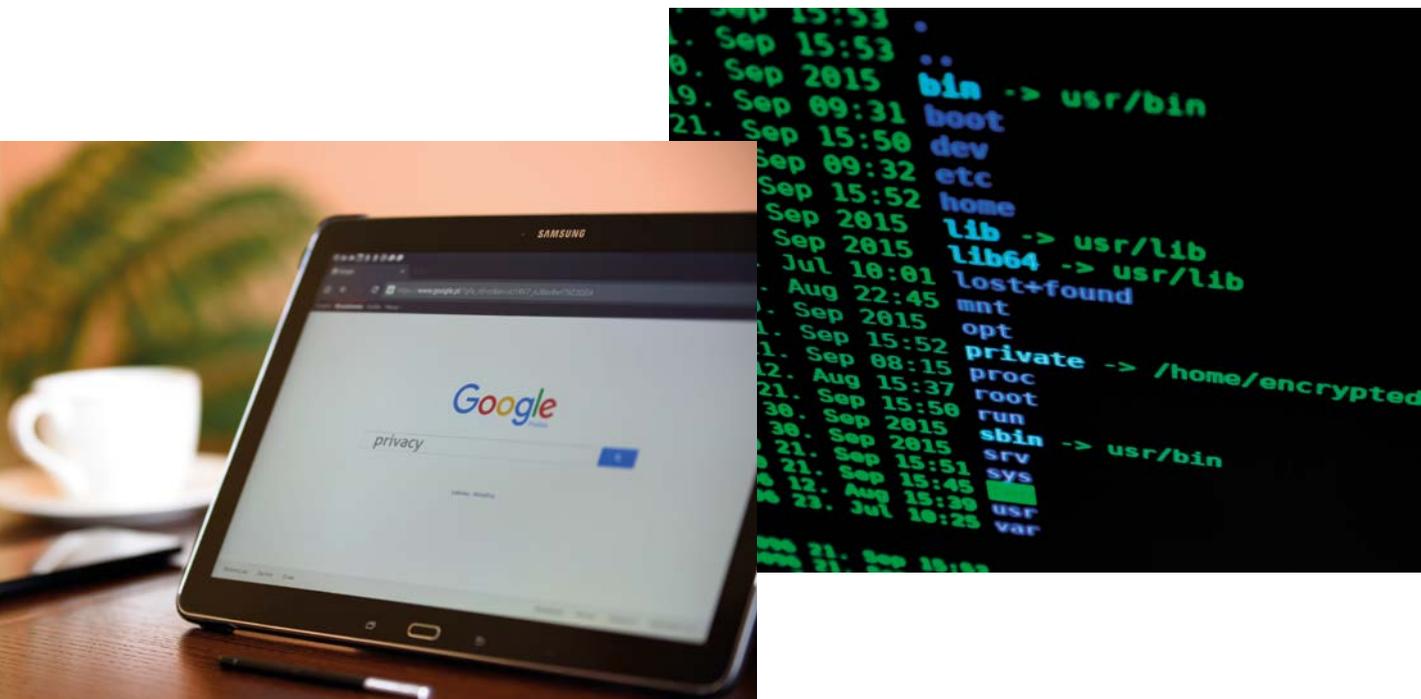
Q In your speech, you said that Google was changing the world through its technology. In what sense?

A Google's mission has always been to organise the world's information, making it universally accessible and useful. Google makes information and knowledge available to everyone. It is bringing the Internet to remote areas across the globe. YouTube is also working hard to democratise access to information and knowledge. Whether you are a superstar like Justin Bieber (who was discovered on YouTube) or a female blogger who courageously promotes equal rights in Saudi Arabia, there are endless examples. These are the things that get me out of bed every morning, excited to work for this incredible company.

Q What can you tell us about the recent controversy over Google's privacy policies?

A Almost all of our products are free for our users, and we support those products with advertising. In the recent years, we have done a much better job of being more transparent and giving more control of privacy to users. In fact, we have a whole website dedicated to this topic: <https://privacy.google.com>. You can completely control the data you share and the ads that are shown to you based on your preferences. I would encourage you to check it out for yourself.

"LAS MARCAS LAS
CONSTRUYEN HOY EN DÍA
LOS CONSUMIDORES A
TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS
QUE COMPARTEN A TRAVÉS
DE DIFERENTES CANALES"





*“**Brands are built** through multiple, connected **consumer experiences** that take place across many different channels.”*



🔑 ¿CUÁL ES LA CLAVE DEL ÉXITO?

En la Ceremonia de Clausura de los Masters Internacionales de EADA, Marco Meier aseguró que hay dos claves para el éxito: "La primera, descubrir y perseguir tu propia pasión. La segunda, cometer muchos errores y aprender de ellos". Por ello, dio este consejo a los participantes allí presentes: "Debes seguir intentándolo, aunque a veces debas tomar un camino diferente del que habías planeado. Pero si realmente te apasiona algo en concreto, debes luchar por conseguirlo". Este planteamiento ha llevado a Marco a convertir un sueño en realidad al acceder a Google, la empresa donde todo el mundo quiere trabajar. "La gente siempre me dice que he tenido suerte en la vida, en cambio, muchos desconocen el esfuerzo que conlleva llegar hasta aquí. Lo que no saben es que he tenido que intentarlo 99 veces antes de que una vez saliera bien", apuntó.

🔑 WHAT IS THE KEY TO SUCCESS?

At EADA's International Masters Closing Ceremony, Marco Meier identified two keys to success: "Firstly, find and follow your passion. Secondly, make a lot of mistakes and learn from them". He emphasised the importance of being adaptable. "You have to keep trying, and sometimes you will take a different route that the one you had planned," he said. "But if you are passionate enough about your goals in life, you will eventually get there". This attitude has brought him to Google, the company where everyone wants to work. "People usually tell me simply that 'everything always seems to work out for me', but they don't see all the hard work that goes into everything," he said. "What they don't know is that I tried 99 other things before finding the one that worked out".

P Hacia dónde crees que avanzará la tecnología en los próximos años?

R Yo creo que la tecnología avanzará hacia una fase en la que nos ayudará a todos en cualquier gestión diaria. Ello permitirá que podamos dedicar más tiempo a lo que realmente importa, como la familia o los amigos. Actualmente la tecnología la solemos utilizar para interactuar socialmente con otras personas. Prueba de ello es que dedicamos más tiempo al móvil que a las conversaciones en persona. Cada vez me siento más culpable por ello. Espero que algún día la tecnología tenga un impacto más positivo en muchos más aspectos de nuestras vidas.

P Has logrado muchas cosas en la vida. ¿Qué te queda por conseguir?

R Realmente disfruto trabajando en marketing y me encanta vivir en Nueva York. Por ahora no tengo ningún cambio planeado. Ya he vivido en 10 ciudades de diferentes países en los últimos 16 años. ¿Quién sabe lo que me depara el futuro tanto en lo personal como en lo profesional?

P ¿Qué es lo que más te fascina del mundo del marketing?

R Voy a responder con una cita del conocido *marketer* y autor americano Seth Godin: "Nuestro trabajo consiste en conectar a las personas, interactuar con ellas y ayudarlas a que consigan lo que se proponen". ☺

Q How do you think technology will advance in the coming years?

A Nowadays, technology often gets in the way of social interaction. We are all on our smartphones way too often instead of having real conversations. Ideally, technology will advance to a stage where it will help us have more time to spend on the most important things in life: our friends and families. I'm guilty of that myself. My hope is that technology will have a positive impact on our daily lives.

"TECHNOLOGY OFTEN GETS IN THE WAY OF SOCIAL INTERACTION; WE ARE TOO CONNECTED TO OUR SMARTPHONES INSTEAD OF HAVING REAL CONVERSATIONS."

Q You have already achieved a lot. What's left?

A I really enjoy working in marketing, and I love living in New York City. For now, I don't have any changes planned. I have lived in ten different cities in four countries in the last 16 years, so you never knows what your personal and professional future may bring.

Q Which aspect of Marketing do you find most interesting?

A Author and marketer Seth Godin put it perfectly when he said, "Our job is to connect to people, to interact with them in a way that leaves them better than we found them, more able to get where they'd like to go". ☺

“*Estamos demasiado conectados a los móviles y nos olvidamos de las conversaciones en persona*”



EADA CAREERS: CONSTRUYENDO JUNTOS EL FUTURO



LOS ASESORES DE EADA CAREERS AYUDAN A LOS ACTUALES PARTICIPANTES DE LOS *EXECUTIVE PROGRAMMES* Y *MBA* A CONSTRUIR UNA PROPUESTA DE VALOR QUE LES PERMITA DAR EL SALTO PROFESIONAL QUE DESEAN.

La crisis económica ha cambiado por completo las reglas del juego del mercado laboral. Los perfiles en búsqueda activa de empleo – tanto los desempleados como los que quieren reorientar su carrera profesional– tienen que reunir toda una serie de aptitudes y actitudes que encajen perfectamente con las exigentes demandas de las empresas que inician un proceso de selección.

La capacidad de adaptación al cambio así como la flexibilidad, la polivalencia y las habilidades de liderazgo son algunos de los aspectos que más valoran hoy en día los reclutadores. "En entornos de incertidumbre como el actual las organizaciones buscan perfiles que asuman decisiones estratégicas sin tener toda la información necesaria, que sean motor de cambio, que tengan un amplio conocimiento digital, capacidad para analizar continuamente el retorno económico de su trabajo y, también, que adquieran con la compañía un compromiso a largo plazo", explica Miquel Roselló, uno de los asesores de EADA Careers.

Además, ya no es efectivo enviar el mismo CV a todas las empresas como tampoco lo es presentarse a una entrevista de trabajo sin tener toda la información acerca de la organización y del sector. Del mismo modo, los tradicionales canales de búsqueda de empleo han quedado totalmente obsoletos tras ser reemplazados por *jobsites* y metabuscadores especializados en áreas concretas.





PROPUESTA DE VALOR

Este contexto genera muchas dudas a los participantes actuales de los masters ejecutivos y MBA que acuden a las sesiones personalizadas de asesoramiento de EADA Careers. Según Roselló, en el caso de los perfiles de *Executive Education* hablaríamos de dos grupos diferentes. Por un lado, los que no trabajan y quieren incorporarse al mercado laboral en la mayor brevedad de posible. "Nos piden que les ayudemos a preparar su propuesta de valor para diferenciarse de otros candidatos y posicionarse bien en una entrevista de trabajo".

Por otro, los que buscan una promoción en su empresa o un cambio profesional en su mismo sector "ya sea porque han tocado techo o porque lo que hacen ya no les motiva", apunta Roselló. Y añade: "Aquí encontramos a muchos participantes del *Executive MBA*, muchos de los cuales no tienen definidos sus objetivos profesionales ni el mercado hacia el que quieren orientarse. Les explicamos las diferentes alternativas que tienen a su alcance y, una vez han tomado conciencia de sus principales competencias, les decimos en qué roles funcionales y sectores pueden encajar mejor".

En ambos perfiles de los *Executive Programmes*, el asesoramiento que ofrece EADA Careers les permite "poner en escena su propuesta de valor focalizándose en aquellas competencias que demanda el empleador y, al mismo tiempo, aplicar una metodología para la búsqueda efectiva de empleo". Para Miquel Roselló, "se trata de darles las claves para saber interpretar las diferentes situaciones que deberán afrontar en el actual mercado laboral".

DAR EL SALTO INTERNACIONAL

En el caso de los perfiles MBA, sus consultas giran en torno a cómo acceder a un puesto de responsabilidad en grandes multinacionales, cuáles son los mercados internacionales con más oportunidades y cómo preparar un CV estratégico y una entrevista de trabajo teniendo en cuenta la idiosincrasia de cada país.

"Igual que los candidatos de *Executive Education*, los participantes del MBA acuden a las primeras sesiones personalizadas de EADA

Careers con muchas dudas acerca de su futuro profesional", asegura Annemie Peeters, la asesora de los perfiles *full-time*. Por ello, continúa, "les ayudamos a investigar las empresas y los sectores que les pueden motivar más, tanto los más afines a su *expertise* como aquellos otros en los que quieren reorientarse". Y es que, según Annemie "muchos participantes del MBA exploran la posibilidad de cambiar de área funcional y aspiran a asumir roles de dirección en sectores nuevos". Según dice, "en las primeras sesiones nos encontramos con candidatos que tienen en mente ciertas empresas donde les gustaría trabajar y, tras preparar conjuntamente su propuesta de valor, acaban dándose

cuenta que les atrae otro sector u otra tipología de empresa donde pueden contribuir con su talento y experiencia".

En las reuniones con Annemie también preparan conjuntamente el CV y la carta de presentación más adecuados para cada país, analizan el *job description* que publican las empresas internacionales y revisan todas las cuestiones relacionadas con visados, negociación salarial, mercado laboral y situación económica del país.

“MUCHOS PARTICIPANTES DE EADA EXPLORAN CON LOS ASESORES DE CAREERS NUEVOS MERCADOS Y EMPRESAS DONDE REORIENTARSE”

EN BUSCA DE UN CAMBIO PROFESIONAL

EADA COMBINA DIFERENTES METODOLOGÍAS INNOVADORAS PARA EL DESARROLLO DE LAS HABILIDADES DIRECTIVAS QUE DEMANDA ACTUALMENTE EL MERCADO PARA LIDERAR EMPRESAS COMPETITIVAS. A TODAS ELAS PUEDEN ACCEDER LOS PARTICIPANTES DE VARIOS PROGRAMAS MASTER ASÍ COMO EMPRESAS QUE SE REPLANTEAN SU LIDERAZGO Y EL DESEMPEÑO DE SUS EQUIPOS.



En este período de transición, de introspección y de crecimiento personal el apoyo de EADA Careers –a través de las sesiones con sus asesores, de los *Talleres 2Grow* y de una gran variedad de recursos *online*– ha permitido a muchos de nuestros participantes conseguir sus metas profesionales. Este es el caso de **Andreu Camps**, que inició en 2016 el Programa de Dirección Comercial y Ventas de EADA para abandonar sus propios proyectos empresariales y trabajar en el departamento de ventas de una multinacional.

“Mi principal inquietud era cómo elaborar un CV enfocado a ese objetivo teniendo en cuenta que no tenía experiencia en este tipo de empresas”, recuerda. Gracias a las sesiones con Miquel Roselló y a los *Talleres 2 Grow* sobre cómo elaborar un CV estratégico pudo trabajar su propuesta de valor orientada al ámbito al que aspiraba. “Conseguí resaltar las competencias que había desarrollado en mi experiencia anterior y que potenciaban mi candidatura en un proceso de selección”. Los resultados no se hicieron esperar y tan solo tres meses después de venir a EADA consiguió su actual puesto de *Key Account Manager* en la zona norte de España en la multinacional americana *Diversey*, en el sector de alimentos procesados.

CAMBIO HACIA EL TERCER SECTOR

En busca de un cambio profesional también vino a EADA en 2015 **Jaume Alujas**. Tras dedicarse durante años al sector editorial como especialista en compensación y beneficios y administración de personal se planteó un giro a su carrera para dedicarse al tercer sector. “En ese momento de cambios personales me surgieron muchas dudas, pero gracias a las sesiones con Miquel Roselló conseguí creer más en mí mismo, convencerme de que podía hacer de mi pasión mi trabajo”, recuerda Jaume.

A través de EADA Careers Jaume consiguió su actual puesto de director del Área de Personas y Organización en Grupo VL –Fundació Vella Terra, una entidad sin ánimo de lucro que promociona la autonomía de las personas y ofrece apoyo en situaciones de riesgo social. “El paso por EADA me ha permitido no sólo ampliar conocimientos generales y estratégicos en el ámbito de RR.HH. sino también prepararme personalmente para concretar mis expectativas profesionales”.

REINVENTARSE TRAS LA CRISIS

En una situación parecida se encontraba **Javier Rivas**, un ingeniero de caminos con experiencia en la gestión de obra que fue damnificado por la crisis del sector y que en 2014 realizó el Master en Operaciones y Supply Chain Management de EADA para orientarse al ámbito de las Operaciones.

El acompañamiento de EADA Careers fue clave para preparar un CV orientado a logros, ver cómo podía encajar todas las responsabilidades que asumió anteriormente con los requerimientos del sector de Operaciones y analizar su mercado objetivo. “En una transición profesional es importante dimensionar y plantearse nuevos objetivos ambiciosos pero alcanzables, es decir, con una coherencia clara con la reorientación que te planteas”, apunta Javier. Actualmente es gerente de procesos logísticos en *Celso Group*.

DE ALEMANIA A BARCELONA

Por último, el alemán **Stefan Eder**, graduado en 2016 del International Master in Finance de EADA, consiguió su propósito de vivir en Barcelona como analista financiero. Las sesiones con Annemie Peeters le ayudaron a ampliar su red de contactos profesionales, mejorar su marca personal en las redes sociales y trabajar su propuesta de valor orientada a las empresas del sector financiero. “Fue vital el apoyo que tuve para preparar el CV, las cartas de presentación y las entrevistas de trabajo, pues me permitió comprender mis principales fortalezas y debilidades y, también, trabajar la historia con la que debía convencer a los reclutadores de que yo era su mejor opción”. Al finalizar el master en EADA, Stefan empezó a trabajar en la sede de **HP** en Barcelona como analista financiero.

LOS RECURSOS DE EADA CAREERS



1. TALLERES 2 GROW: Talleres de orientación profesional dirigidos a todos los participantes actuales y Alumni de EADA donde se dan pautas para elaborar un CV estratégico, buscar empleo, preparar una entrevista de trabajo o plantear una negociación salarial. Son sesiones impartidas por los asesores de EADA Careers, **Miquel Roselló** y **Annemie Peeters**, pero también por expertos como **Álex López** –referente en *social selling*, que ha dado varios talleres sobre cómo mejorar la marca personal en LinkedIn–, **Katie Carr** –coach que ha venido varias veces a hablar sobre cómo reorientar una carrera profesional–, **Antoni Porras** –coach experto en hacer planes de *networking*–, **Carlos Polo** –coach con experiencia en gestión de procesos de búsqueda de empleo– y **Cèlia Hil** –orientadora y formadora en empleo 2.0, que ha impartido en EADA varias sesiones sobre cómo construir la marca personal para directivos–.



2. BOLSA DE TRABAJO: Los estudiantes y Alumni pueden acceder a los siguientes recursos *online* para buscar empleo:

+ **Jobsite:** Cuenta con una amplia variedad de ofertas para perfiles junior, senior, *middle management* e, incluso, directivos. www.eada.edu/es/empresas/seleccion-y-talento/portal-de-empleo

+ **Going Global:** Es una *website* muy completa con ofertas de empleo de diferentes países. También hay información muy útil para trabajar en el extranjero como, por ejemplo, salarios y coste de vida o empresas *Top* en cada país. www.goingglobal.com

+ **VAULT:** Esta plataforma está más orientada a perfiles que aún no tienen claro hacia dónde enfocar su carrera profesional. Aquí pueden encontrar una gran variedad de bibliografía, artículos y testimoniales sobre diferentes ámbitos y empresas. www.vault.com

+ **MBA Exchange:** *Website* a la que tienen acceso los perfiles MBA que incluye ofertas laborales internacionales e información sobre sectores y empresas. Aquí también pueden acceder a los *leadership development programmes*, una formación de 18 meses en empresas extranjeras donde los participantes rotan por diferentes departamentos y que, en varias ocasiones, les ha permitido incorporarse a la compañía. www.mba-exchange.com

+ **Global Talent Portal de la EFMD:** Al ser EADA miembro de la EFMD (European Foundation for Management Development), nuestros participantes de programas master y MBA pueden acceder a este portal con más de 800 ofertas de empleo para diferentes puestos internacionales. Sirve tanto para los que buscan trabajo en su país como para los que quieren salir al extranjero en busca de nuevas oportunidades. higherred.no



3. ASESORAMIENTO PERSONALIZADO: Tres sesiones *one-to-one* con los asesores de EADA Careers para definir objetivos profesionales, elaborar una propuesta de valor para diferenciarse de otros candidatos que aspiran al mismo mercado objetivo, preparar el CV y la entrevista de trabajo, analizar los principales canales de búsqueda de empleo y construir una sólida red de contactos profesionales.



4. SESIONES DE NETWORKING: Aquí se incluyen todas las conferencias y presentaciones que hacen empresas locales e internacionales –algunas de las cuales las han impulsado varios Alumni de EADA– para dar a conocer su sector y reclutar a varios perfiles master y MBA. Esto se complementa con diferentes sesiones de *networking* sectoriales – donde coinciden empresas, expertos y estudiantes de un mismo ámbito– y con la **Alumni Mentorship Platform** –que favorece el *networking* y el *mentoring* entre varios EADA Alumni–.



5. CÁPSULAS DE CONOCIMIENTO ONLINE: Desde el primer día los participantes tienen a su disposición toda una serie de videos muy prácticos, creados por la *coach* **Katie Carr**, donde se dan pautas para construir la propuesta de valor, elaborar un CV enfocado a logros, adaptar el perfil de LinkedIn a esa propuesta de valor y empezar a construir una red de contactos profesionales. Estos videos se complementan con ejercicios y plantillas para trabajar el CV y la carta de presentación para acceder a una entrevista.

ENCUENTROS SECTORIALES CON EMPRESAS 'TOP'

EADA FOMENTA LA PRÁCTICA DEL *NETWORKING* A TRAVÉS DE JORNADAS SECTORIALES COMO EL RECIENTE *CONSULTING & FINANCE DAY*. FUE UN EVENTO EN EL QUE CONSULTORAS Y CUATRO EMPRESAS DEL SECTOR BANCARIO Y FINANCIERO EXPLICARON A MÁS DE 60 PARTICIPANTES DE MBA Y MASTERS INTERNACIONALES LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO ASÍ COMO SUS OFERTAS DE EMPLEO.

Aparte de los encuentros con reconocidas empresas multinacionales que vienen a EADA para reclutar perfiles master y MBA, desde 2016 el departamento de EADA Careers & Alumni está fomentando unas jornadas sectoriales donde coinciden *Top managers* con participantes actuales de un ámbito concreto. El punto de partida fue la organización en octubre de la primera edición del Finance & Consulting Day donde los *Top managers* de Camelot, EY, PWC y Banc Sabadell compartieron sus experiencias con más de 60 participantes actuales del International Master in Management, International Master in Finance, International MBA y Executive MBA.



Fue una excelente ocasión para conocer los retos del sector, las competencias que asumen los profesionales de las finanzas y la consultoría y, también, las principales ofertas de empleo de las empresas que participaron. "Esta iniciativa se enmarca en nuestra voluntad de potenciar el *networking* desde el primer día", asegura **Melissa Handley**, directora de Alumni & Career Services. En su opinión, "se trata de una relación *win-win*, pues las empresas entran en contacto con jóvenes con talento y con ganas de desarrollar su carrera en organizaciones como la suya y, al mismo tiempo, nuestros participantes comparten con ellos sus inquietudes, conocen de primera mano los principales desafíos de ese sector y pueden cerrar en ese momento una entrevista de trabajo". Además, añade, "en muchos casos los representantes de las empresas que participan son EADA Alumni, por lo que pueden comprender mejor las dudas sobre el futuro profesional de nuestros estudiantes".

COMPARTIENDO EXPERIENCIAS

Este es el caso de **Salvador De la Torre** (graduado del MBA de EADA en 2009), consultor sénior en Camelot Management Consultants, una empresa alemana de consultoría estratégica especializada en la industria química, farmacéutica, bienes de consumo y manufactura. "Me identifiqué mucho con las preguntas que hicieron, pues hace unos años yo estaba en su misma situación", reconoce. En su opinión, "sus inquietudes estaban relacionadas con el tipo de oportunidades que pueden encontrar cuando acaben sus estudios, las habilidades que más valoran las empresas del sector y la remuneración". También incidió en la importancia del CV: "Debe transmitir de manera lógica y comprensible los principales logros, pues nos ayuda a entender sus aspiraciones y a detectar sus fortalezas". Y también les dijo: "Como Alumni sé que en EADA hay los perfiles que buscamos y que son consultores de procesos de negocio de alto desempeño".

“LOS PARTICIPANTES COMPARTEN DUDAS E INQUIETUDES CON *TOP MANAGERS* DE EMPRESAS QUE VIENEN A RECLUTAR”

Para **Álex Artola**, que está finalizando el International Master in Management, "fue una excelente oportunidad para conocer el sector a partir de empresas líderes con presencia internacional". Al igual que otros compañeros, Álex salió del encuentro con una idea diferente a la que tenía previamente sobre este ámbito: "Tras explicarnos su día a día en sus empresas y darnos varias recomendaciones para acceder a este mercado comprendí que es un sector muy intenso, con mucha demanda y en el que sólo pueden acceder los perfiles más preparados y con mejores aptitudes". Aparte, "cuando tienes esta *big picture* del sector al que te quieres enfocar analizas si tu perfil se adapta a lo que demandan las empresas o si, por el contrario, te falta potenciar ciertas habilidades para conseguirlo".

Por su parte, **Nathan Dolan**, de nacionalidad americana que realiza el International Master in Finance, tiene bien claro que quiere enfocarse hacia el ámbito de las *fintech*. Por eso, se mostró especialmente interesado en las nuevas tecnologías que transformarán la industria financiera y el nuevo marco legal al que tendrán que adaptarse las consultorías. "Fue una oportunidad única contar con la opinión de los ponentes sobre estas cuestiones". En su opinión, "hay que hacer *networking* desde el primer día, pues es una de las vías más efectivas para acceder al mercado laboral".



In words of...

Miquel Roselló Álvarez

📍 Career Advisor de EADA

El 80% de los puestos de empleo no se ofertan en los portales de búsqueda de trabajo. Estamos hablando de un mercado oculto que no puede pasar desapercibido por nadie. La clave es cómo acometer este mercado con tantas oportunidades. En mi opinión, podemos seguir dos estrategias. Por un lado, la candidatura espontánea. Se trata de un proceso de dos fases que pasa por identificar empresas *target* en las que encaja nuestra propuesta de valor y, también, por enviar nuestra candidatura directamente.

El **primer paso** de este proceso parte de una premisa importante a tener en cuenta, y es que cada uno de nosotros tenemos un mercado empleador más próximo, o más afín, a nuestro nivel de contribución. Así, en el polo opuesto tenemos un mercado empleador que, desafortunadamente, es inmune a nuestros encantos. La pericia que tengamos en diferenciar ambos segmentos debe contribuir a ser más efectivos en la búsqueda de nuestro proyecto.



RELACIONES A LARGO PLAZO

Ahora bien, conviene tener en cuenta que el *networking* no es en ningún caso un *sprint* sino todo lo contrario, una carrera de fondo en la que poco a poco vas tejiendo un mapa de relaciones que puede generar oportunidades. Se trata de establecer relaciones a largo plazo en las que ambas partes se beneficien mutuamente.

El problema es que en demasiadas ocasiones nos acordamos del *networking* cuando lo necesitamos, es decir, cuando estamos inactivos o desempleados, que es justamente cuando más difícil resulta construir relaciones profesionales. Se me ocurren dos razones para explicarlo. Por una parte, al estar inactivos no estamos tan expuestos a iniciar nuevas relaciones con posibles clientes, proveedores o *partners*, lo que limita nuestra capacidad para ampliar contactos. Por otra, nos sentimos más presionados por la inmediatez con la que esperamos que se materialicen las oportunidades, lo que podría ir en nuestra contra porque podríamos actuar precipitadamente. En mi opinión, hacer *networking* es iniciar, establecer y consolidar relaciones a fuego lento, con mimo, constancia y generosidad.

En relación al **segundo paso**, es imprescindible seleccionar adecuadamente al destinatario de nuestra candidatura. Para ello, le sugiero que se formule las siguientes preguntas: ¿Quién cree que comprenderá mejor su propuesta de valor: el departamento de RR.HH. o el área de negocio relacionada con la posición a la que aspira? ¿Con cuál de las dos áreas tendrá más sintonía? ¿Cuál cree que percibirá más fácilmente la idoneidad de su candidatura?

La segunda estrategia, que en mi opinión es la más importante, consiste en trabajar una red de contactos profesionales, lo que conocemos por *networking*. Esta recomendación parte de una premisa relevante a tener en cuenta. Y es que las empresas fichan por confianza. Al igual que hacemos en otras facetas de nuestra vida, consultamos con posibles promotores o prescriptores antes de, por ejemplo, ir a un restaurante a cenar, alquilar un apartamento vacacional, comprar un vehículo o incorporar un colaborador estratégico en nuestra empresa.

“**HACER NETWORKING ES INICIAR, ESTABLECER Y CONSOLIDAR RELACIONES A FUEGO LENTO, CON MIMO, CONSTANCIA Y GENEROSIDAD**”

Pero, además, si nos proponemos construir una red de contactos profesionales sólida de manera proactiva debemos salir de nuestra zona de confort y estar dispuestos a relacionarnos con personas que no conocemos. Este proceso resultará más fácil cuando tengamos algo en común con la persona objeto y/u objetivo de nuestras intenciones. Por ello, les sugiero que empiecen por EADA: identifique a las personas que le gustaría conocer dentro de su red de EADA Alumni. Aparte, muéstrese receptivo y permeable a solicitudes similares a las suyas.



Sólo con un espíritu abierto, constructivo y generoso seremos capaces de cimentar una red social lo suficientemente fuerte como para propiciar el intercambio de conocimiento, las oportunidades profesionales y por qué no, las posibilidades de negocio.

DE EADA AL ÉXITO

ÀLEX, JESSICA, JOAN Y DANIEL VINIERON A EADA CON DIFERENTES INQUIETUDES PERO CON LA MISMA ILUSIÓN POR CAMBIAR EL RUMBO DE SU CARRERA PROFESIONAL. A BASE DE CONSTANCIA, ESFUERZO Y PASIÓN HAN CONSEGUIDO LO QUE SE HAN PROPUESTO. LOS CUATRO SON UN EJEMPLO DEL TALENTO QUE TENEMOS EN LAS AULAS.



ÀLEX SICART

EMPRENDER PARA CAMBIAR EL MUNDO



Se llama **Àlex Sicart**, acaba de cumplir 18 años y la revista *Forbes* le ha considerado como uno de los jóvenes más influyentes de Europa –aparece en la lista de los 10 mejores en la categoría de Tecnología–. Su primera experiencia emprendedora se remonta a cuando tenía tan solo 13 años. Junto a un compañero de clase (en la Escola Pia de Sarrià, en Barcelona) ganó el premio *Start-up School Catalunya* de la Fundació Escola d'Emprenedors por una aplicación móvil dirigida a alumnos de ESO para compartir conocimiento y ayudarse en los deberes. El premio incluía una formación en EADA para analizar el desarrollo de un modelo de negocio. "Éramos los más jóvenes del aula pero, sin embargo, el nivel de exigencia era el mismo que el resto de estudiantes", recuerda. Gracias a EADA, se planteó comercializar su producto, lo que le permitió viajar, establecer contactos con inversores y participar en más *hackatones* informáticos y concursos internacionales. "Nunca he llegado a comercializar un producto porque debía seguir estudiando, pero sí he podido conocerme mejor y descubrir que el emprendimiento es mi pasión". El año pasado ganó el *Audi Creativity Challenger*, cuyo reto era mejorar la movilidad del futuro. Ello le permitió cumplir el sueño de experimentar el entorno de Silicon Valley y ser actualmente cofundador de *Share*, una red de carga para coches eléctricos.



JESSICA BENDEL

NUNCA ES TARDE PARA CAMBIAR DE SECTOR

Durante el Executive MBA que realizó en EADA entre 2014 y 2016, **Jessica Bendel** asistió a la presentación que hizo H&M para reclutar perfiles como el suyo para un puesto de *Talent Manager*. "En ese momento descubrí que era la compañía y el rol hacia donde quería orientar mi futuro profesional", explica. A partir de ahí, desarrolló junto al asesor de EADA Careers Miquel Roselló su propuesta de valor para H&M. "Era un gran reto, pues yo procedía del sector de la formación de idiomas y tenía que reenfocar mi CV hacia el sector *retail* y en un departamento en el que no tenía experiencia". Y añade: "Fue decisivo el trabajo conjunto en la elaboración del CV adaptado a ese puesto así como la preparación de la entrevista personal". Así fue como identificó lo que podía aportar a H&M, "lo que te da un *self-empowerment* porque empiezas a pensar en el valor que aportas y no en la necesidad que tienes". También entendió que "en cualquier proceso de selección el potencial y las ganas de trabajar duro prevalecen muchas veces a la experiencia". Justo cuando finalizó el master en EADA consiguió el puesto de *Talent Manager* para España y Portugal en H&M.



JOAN POU

AMIGOS Y SOCIOS CON VOCACIÓN SOCIAL



La cafetería de EADA fue el lugar donde se ideó CeliCity, una red social que permite a las personas celiacas descubrir, valorar y compartir establecimientos sin gluten a nivel internacional y, también, disponer de información de calidad y acceso a productos. La iniciativa surgió a partir de una conversación entre **Mariano Najles**, que realizó el MBA de EADA en 2007 y es profesor asociado, y **Joan Pou**, responsable del Centro de Documentación de EADA (A la derecha en la imagen). "Mariano me convenció de las oportunidades de negocio que teníamos si uníamos el potencial del mercado del gluten *free* con las posibilidades de la tecnología móvil", rememora Pou. Al proyecto se sumaron **José Luis Rodríguez** (compañero de clase de Mariano) y **Jesús Hernán**, socio tecnológico del proyecto. "Ha sido un periodo muy duro en el que he compaginado el MBA con un proyecto al que hemos dedicado muchas horas y hemos compartido frustraciones", reconoce. Pero su esfuerzo ha tenido la mejor recompensa que podían esperar, pues en diciembre de 2016 cerraron una ronda de financiación de 275.000 euros. Con 35.000 usuarios, esta *app* ofrece información de 24 países y tiene previsto llegar a los 100.000 usuarios a finales de 2017. Celicity obtuvo en premio *RuralApps* 2015 de la Generalitat de Catalunya a la mejor *app* en el ámbito de la alimentación. www.celicity.com



DANIEL QUÍLEZ

ALUMNI Y CONSULTOR VINCULADO A EADA

Daniel Quílez inició en 2009 el International MBA de EADA con la idea de orientar su carrera hacia el ámbito de la consultoría de estrategia. El asesoramiento que recibió por parte de EADA Careers fue decisivo: "Me ayudaron a elaborar un CV ganador y me dieron buenas recomendaciones para afrontar entrevistas por competencias", señala. Así fue como adquirió experiencia en este ámbito, en sectores como gran consumo, telecom, industria o farma. Hasta que en 2015 accedió al puesto de director de Proyectos Estratégicos y Programas para España en DB Schenker, multinacional alemana de referencia en el sector de la logística. Paralelamente, colabora con EADA desde 2012 impartiendo a los participantes actuales *workshops* sobre cómo preparar una entrevista de trabajo. "Les digo que este es el momento de poner en valor toda su experiencia profesional, su formación y sus vivencias personales. La pasión, la claridad de sus mensajes y la convicción les diferenciarán de otros candidatos. Pero todo ello no se puede improvisar el día de la entrevista, hay que prepararlo antes". También les insiste en que no deben rendirse, "pues si se preparan a conciencia podrán superar cualquier proceso de selección y acceder al trabajo que deseen". ☺

Dra. Federica Massa Saluzzo, profesora de *Strategic Management* en EADA

LA GESTIÓN DE LAS ONGS SE ASEMEJA A LA EMPRESARIAL

EL ÉXITO DE UNA INICIATIVA SOCIAL DEPENDE DE LAS SINERGIAS ENTRE DIFERENTES AGENTES SOCIALES Y DE LA IDIOSINCRASIA DE LA COMUNIDAD LOCAL DONDE SE LLEVA A CABO. ESTA ES LA CONCLUSIÓN PRINCIPAL DE LA INVESTIGACIÓN DE LA DRA. FEDERICA MASSA SALUZZO, QUE SE MUESTRA CONTRARIA A LA CONCENTRACIÓN DE ONGS EN UNA MISMA ZONA Y A LA EXCESIVA INTERVENCIÓN GUBERNAMENTAL EN ACCIONES SOCIALES.

➤ **¿En qué momento abandonaste el mundo de la empresa para dedicarte a la investigación académica?**

◀ Cuando me di cuenta de que las empresas en las que había trabajado priorizaban los objetivos económicos en detrimento de los sociales, algo muy típico en las empresas *for profit*. Al hacer la comparación con otras organizaciones comprobé que muchas de ellas no sabían cómo podían contribuir al bien común ni el impacto positivo que podían generar en la sociedad. Con todas estas reflexiones me fui a India durante un mes como voluntaria del Centro Misionero PIME de Milán. Ese viaje, que realicé en 2008, fue realmente enriquecedor, sobre todo porque entendí que la percepción de satisfacción de la gente que vive en condiciones que aquí definiríamos "gravemente desfavorecidas" es completamente diferente a la de las sociedades desarrolladas. Aquí lo planificamos todo –la compra, las vacaciones o incluso hacer un regalo–. Y lo hacemos porque nos tranquiliza y nos satisface. En las zonas más pobres de India ocurre todo lo contrario, pues lo que más les satisface es lo inmediato, el momento presente. Por ejemplo, compartir un momento alegre, conocer una nueva persona o recibir un trato amistoso les hace especialmente felices. Tras esta experiencia volví a Milán decidida a realizar un doctorado para profundizar en cuestiones relacionadas con inclusión social, Tercer Sector y sostenibilidad.

➤ **Sin embargo, cada vez hay más empresas sensibilizadas con las cuestiones sociales.**

◀ Sí, así es. El mundo empresarial se involucra cada vez más en proyectos sociales. Por ejemplo, Iberdrola puso en marcha un proyecto de voluntariado corporativo para ayudar a jóvenes de Brasil de entre 14 y 16 años para potenciar sus posibilidades de inserción social y laboral. También la Fundación IKEA donó 1 euro a la agencia de la ONU para los refugiados (ACNUR) por cada bombilla o lámpara LED vendida. Destacaría además el acuerdo entre Ferrovial y Oxfam Intermón para el desarrollo de infraestructuras de agua y saneamiento en Etiopía. Aunque se están dando pasos importantes desde el ámbito corporativo, todavía queda mucho por hacer.

➤ **¿Cómo se puede cambiar esta tendencia?**

◀ Las empresas pueden empezar por su entorno más cercano, por el área geográfica donde se ubican. Pueden participar en alguna iniciativa o acción social, colaborando con otras organizaciones, instituciones y entidades. De hecho, este es el foco principal de mi investigación, las múltiples interacciones que se pueden establecer en un área geográfica concreta entre diferentes organizaciones (empresas, organizaciones sin ánimo de lucro, *social ventures*) y entidades e instituciones (gobiernos, ayuntamientos, asociaciones locales, movimientos sociales...). Es decir, qué tipo de sinergias pueden



generar para solucionar un objetivo compartido o una lacra social, ya sea erradicar la pobreza, luchar contra el desempleo o impulsar medidas sostenibles.

› **¿Qué tipo de conexiones son las que generan más valor social?**

◁ Aquellas en las que intervienen más agentes sociales y de diversa índole. Por el contrario, cuando en un área geográfica predomina un mismo tipo de organización, como pueden ser muchas organizaciones no gubernamentales, lo que ocurre es que no se generan sinergias sino competencia y duplicación de recursos. Aunque todas ellas trabajen por una misma causa social en esa comunidad, al estar compitiendo se alejan de su objetivo y, por tanto, no contribuyen al bien común.

› **En este equilibrio de agentes sociales que se requiere en una comunidad, ¿entrarían también los ciudadanos?**

◁ Por supuesto, son una pieza clave en el tejido social que se crea en una comunidad. Cualquier persona, sin pertenecer a ningún movimiento o entidad, es un agente social capaz de contribuir al bien común. Hay muchas áreas geográficas donde ha emergido una fuerte sensibilidad ciudadana acerca de diversas cuestiones sociales. Por ejemplo, barrios en los que un grupo de vecinos impulsan medidas sostenibles como compartir vehículo para desplazarse al

“La concentración de ONGs en una misma zona no genera sinergias sino competencia”



🌐 EMPRENDEDORES POR NECESIDAD

La Dra. Federica Massa Saluzzo ha estudiado el emprendimiento social que surge en entornos marginales. Es lo que define como *necessity entrepreneurship*, “pequeños negocios que impulsan de manera individual personas para responder a una necesidad concreta”. En su opinión, “las principales diferencias con respecto al emprendimiento que surge en zonas desarrolladas son la falta de formalización de procesos, la dificultad para acceder a fondos y aceleradoras y la necesidad de recurrir a fórmulas de *crowdfunding*”. Un ejemplo ilustrativo es el emprendimiento que surge en los campos de refugiados o, también, el que se ha generado a raíz de los recientes desplazamientos de inmigrantes (como los propietarios de hostales que se han beneficiado de las ayudas de la UE para acoger a inmigrantes).

“En estos casos, el perfil del empresario es diferente al de un entorno desarrollado, pues puede ser un granjero de una pequeña aldea que necesite comprar una vaca o que quiera comercializar el arroz que produce”, explica Federica. Para ello, recurre a plataformas de *crowdfunding* como Kiva o Razoo donde cualquier persona puede aportar la cantidad económica que desee para ayudar a impulsar su proyecto empresarial. “De esta manera, los que aportan dinero se convierten en inversores y *partners* de sus proyectos, lo que pone de manifiesto el potencial de la economía colaborativa en la actualidad”.

“**Cualquier persona, sin pertenecer a ningún movimiento o entidad, es un agente social capaz de contribuir al bien común**”

trabajo, fomentar el uso del transporte público o usar energías renovables en su casa. En estos casos, el compromiso ciudadano que se ha producido ha sido clave para convertir esa área geográfica en un gran polo de atracción de *green ventures* y organizaciones que protegen el medio ambiente. El barrio barcelonés del Poblenou, con una gran tradición industrial, es un buen ejemplo, pues en los últimos años se ha convertido en el distrito de la innovación donde universidades, *start-ups*, multinacionales y entidades de todo tipo comparten conocimiento y experiencias.

> **Solemos pensar que la mayor implicación gubernamental en barrios desfavorecidos es necesaria para erradicar lacras sociales. Según tu investigación, ¿estaríamos equivocados?**

< La presencia gubernamental en una zona concreta puede ser una variable que contribuya a la generación de valor social. Pero no siempre es así. En algunos casos hemos visto como la mayor implicación institucional comporta más regulación, más control y, por consiguiente, menos libertad para las organizaciones que operan en esa área y menos posibilidades de que surjan movimientos sociales. Insisto de nuevo en la necesidad de buscar un equilibrio entre todos los agentes sociales para erradicar lacras.

> **Durante estos años has analizado la actividad de diferentes organizaciones no gubernamentales y la relación con su comunidad local. ¿Cómo crees que han evolucionado?**

< Debido principalmente a la coyuntura económica de los últimos años, la gestión de las ONGs se asemeja cada vez más a la de las empresas convencionales. Ello se debe a que tienen mucha presión para demostrar continuamente que son eficientes, por lo que buscan la misma legitimidad que las empresas lucrativas. Sin esta legitimidad no pueden recibir donativos y, por tanto, no pueden sobrevivir. En este sentido podríamos decir que las ONGs se han "profesionalizado", por lo que incorporan a *mánagers* del mundo empresarial y adoptan prácticas que son parecidas a las de las organizaciones *for profit*. Siguen manteniendo su propósito social pero están cada vez más reguladas y más orientadas a la eficiencia económica. Por ello, el gran reto que deben afrontar hoy en día estas organizaciones es buscar el equilibrio entre sobrevivir financieramente y contribuir al bien común. Por ejemplo, hemos visto estos años como muchas han llegado a acuerdos con empresas y entidades financieras para sacar adelante varios proyectos, lo que ha generado la indignación de sus miembros asociados.



> **¿Cómo están resolviendo esta tensión?**

< Lo que están haciendo es invertir más recursos en marketing y comunicación para justificar los acuerdos a los que llegan y para sensibilizar no sólo a su público objetivo sino también a empresas y gobiernos. Así, algunas insisten en que todos los fon-

“Colaborando y entendiendo el tejido social de una comunidad se llega a soluciones más eficientes”

dos que reciben los destinan a una buena causa. Otras inciden en que deben obtener más fondos para conseguir un mayor impacto social. Pero el problema persiste porque los asociados critican sus vías de financiación y piden que la inversión que hacen en acciones de marketing la destinen a acciones sociales. En mi opinión, una solución es que los *partners* con los que se asocien estén alineados con sus valores sociales.

> **¿Qué reflexión quieres que aporte tu investigación?**

< Que colaborando y entendiendo el tejido social de una comunidad se llega a soluciones más eficientes. Cualquier organización debería dibujar un mapa de relaciones con todos los agentes de su comunidad, analizar lo que tienen en común y ver de qué manera pueden establecer sinergias para solucionar problemas sociales. Para ello, es fundamental no partir de la base de lo que ya saben sino explorar nuevas vías de colaboración. ☺

EL PERFIL

La Dra. Federica Massa Saluzzo (1981, Milán) es desde septiembre de 2016 profesora del departamento de Estrategia, Liderazgo y Personas de EADA, donde imparte clases de *Strategic Management*. Tras graduarse en Economía por la Università Bocconi de Milán, trabajó en consultoría estratégica para Innex siguiendo proyectos de cambio generacional e internacionalización. Durante los seis años de doctorado en IESE centró su investigación en cómo ONGs, empresas y ciudadanos generan valor social. Ha impartido clases en Milán (Università Bocconi), en París (IÉSEG School of Management) y Barcelona (Universitat Pompeu Fabra). También ha organizado diferentes eventos de moda sostenible con Giorgio Armani, Hoss Intropia e Oxfam Intermón. Federica acaba de publicar en el *Academy of Management Journal* un artículo sobre el equilibrio que debe haber en una comunidad local entre agentes sociales y sobre la capacidad de las ONGs para reducir las desigualdades económicas.



Vocación exportadora

MARC TARRAGÓ (ESPAÑA)

📁 Director de Exportación para Europa de Miguel Torres S.A. - 🎓 Executive MBA (2007-09)

En 2007, con 35 años y con una amplia experiencia en el área comercial y de marketing, quise dar un nuevo salto profesional. En ese momento era responsable de canal en Henkel – Ecolab para España y Portugal y me apetecía ampliar mis conocimientos sobre otras áreas de la empresa con el objetivo de tener una visión global del negocio. Fue entonces cuando decidí realizar el Executive MBA de EADA, sobre todo por el método de trabajo, el enfoque del temario, el *expertise* del profesorado y la posibilidad de hacer *networking*.

Los dos años de master fueron para mí una experiencia única. Aparte de los buenos momentos que compartí y de la oportunidad que tuve de trabajar con distintos perfiles de personas, destacaría la capacidad analítica que adquirí para afrontar cualquier situación compleja y dar con la solución correcta de manera rápida y estructurada. A esto añadiría el aprendizaje de los módulos de habilidades directivas del Campus Residencial de EADA en Collbató, donde los profesores nos llevaban al límite y sacábamos lo mejor y lo peor de nosotros. Aún recuerdo las reflexiones que tenía en el coche cuando volvía a casa sobre lo que había vivido en el aula y que me hacían replantear todos los pensamientos. Era como volver a conocerme con 35 años.

También fueron determinantes las sesiones de *coaching*, que me sirvieron para

identificar a Torres como la principal empresa en la que quería trabajar. En concreto, me interesaba de esta compañía que era familiar pero global, con unos grandes valores y referente en el mundo de los vinos, una de mis grandes pasiones. De hecho, gracias

“En las clases de Collbató nos llevaban al límite y nos hacían replantearnos todos los pensamientos”

al servicio de *coaching* de EADA superé varias entrevistas y conseguí en 2010 acceder como responsable de Grandes Cuentas en On Trade (Horeca). Me responsabilizaba del área de negocio con las grandes cadenas de restauración, hoteles, aeropuertos y *duty free* de España.

NUEVOS DESAFÍOS EN EL SECTOR DEL VINO

Tras pasar por varias posiciones en la compañía, recientemente he asumido mi nueva posición como director de Exportación para

Europa. Sin duda, es un gran reto para mí, pues Europa representa el 70% de nuestras exportaciones. Además, debo alinear la estrategia global de la bodega con las particularidades de cada mercado. Para ello, estoy en constante contacto con los *mánagers* de área que gestionan las relaciones con los distribuidores y los clientes. Personalmente me encargo además, de las relaciones con algunos mercados importantes para Torres como Holanda o Reino Unido.

Es un trabajo apasionante pero con mucha presión, pues el mercado del vino es uno de los más fragmentados y competitivos. Lo positivo es que Torres es una empresa con vocación exportadora desde hace cinco generaciones, lo que le ha permitido crear una marca global, muy consolidada y referente a nivel mundial.

Creo que una estrategia a largo plazo bien definida, unido a un alto nivel de ambición y a la capacidad de adaptarse a los diferentes mercados y escenarios será la clave del éxito de cualquier empresa que quiera exportar.

A corto plazo, mi principal desafío es conciliar la alta exigencia que requiere mi trabajo con mi vida personal. Me gusta disfrutar del tiempo libre y compartirlo con la familia. Desde un punto de vista profesional, mi deseo es consolidar este nuevo proyecto, continuar mejorando la imagen de marca en Europa, mejorar los resultados y sacar lo mejor de mi equipo. ☺







From EADA to Hilton Hotel

CAMILLE PÂRIS (FRANCE)

🏢 Hilton Elevator General Management Trainee

🎓 International Master in Tourism and Hospitality Management

Between 2012 and 2016 I was studying a Master in Business Management in EDHEC Business School in France. I really wanted to go on an exchange for my last year. When I saw that the EADA Master in Tourism and Hospitality Management was on the list, I did not think long before applying. I have always been passionate about hospitality and I wanted to have a career in that industry. I really wanted to challenge myself and I felt that this business school was the perfect place for me. EADA is not about hard skills. These skills can be acquired anywhere. Many classes I had –such as Revenue Management, Quality & Leadership and Travel Distribution– really

Campus made me grow like I never would have thought.

What I remember most from my experience at EADA is the Best Masters Project Award that we got for AShowroom. That was such a rewarding price for us as we were the smallest group in the class (only 4 people). We decided to create a business plan for a unique hotel located in Barcelona. The concept was to open a small boutique hotel –40 rooms only– that would be make a difference. We all knew that Barcelona has hotels at every corner, so we had to have a unique selling point to be able to maximize our occupancy. We created a partnership with a group of art galleries in the city so we could exhibit their art pieces in the hotel. AShowroom was not designed as a hotel but as a gallery to sleep in. Seeing the whole project come to reality was the best part of it. What was at first only an idea became reality. And the whole process was such a great learning experience!

I started the programme in the Hilton Cambridge City Centre in September 2016 and will start my second placement in the Waldorf Astoria Rome Cavalieri next June. So far I have worked in Food & Beverage, Conference and Banqueting, Housekeeping, Reservations and now Front Office. Changing department is both amazing and very challenging; every time I really feel confident in a department I switch to another one. I am constantly pushed out of my comfort zone.

“The trainee for Hilton Hotels is an incredible opportunity to get to know the hotel industry very fast”

taught me a lot, above all about myself! For instance, the Collbató Residential Training

OUT OF THE COMFORT ZONE

After that, I was selected for the elevator general management trainee for Hilton Hotels. I will never forget the day I was told. I still can't believe I was chosen. So many candidates applied and there are only 15 of us in the programme this year. It is an incredible opportunity to get to know the hotel industry very fast. You get to work in several hotel departments and are given a lot of responsibilities very fast.



After the trainee, former Elevators are hired as Managers or Heads of Departments of any Hilton hotel. Of course, it all depends on what you are willing to give to your career. The more committed, the quicker it might happen. For now I am just focused on my current and next placement. Good things come to those who wait and I still have a lot of time ahead. I prefer to enjoy the journey than to rush to the goal! 🍷

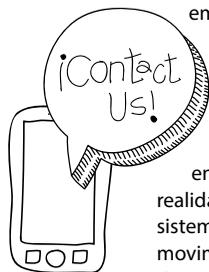


ZENMNESS

Marc Martínez (España) - International MBA 2008-09

Tras varios años

desarrollando proyectos de I+D+i y contactando con personas del sector clínico y hospitalario, en octubre de 2015 fundé junto a cinco personas más Zenmness, una



empresa de aplicaciones móviles para el sector de la salud. Somos médicos, programadores y desarrolladores de negocio con experiencia en tecnologías móviles, realidad virtual y aumentada, sistemas de captura de movimiento y análisis de datos. Nuestro *target* son médicos, hospitales, clínicas y cualquier investigador del sector salud que necesite una de estas tecnologías para avanzar en sus proyectos. Lo que pretendemos es ayudarles en su

día a día para que puedan mejorar los diagnósticos y los tratamientos así como la monitorización de los pacientes.



www.zenmness.es

info@zenmness.com

ZENMNESS

zenmness

Zenmness



DIGITALIZACIÓN DE LA SALUD

En concreto, tenemos dos líneas de negocio. Por un lado, desarrollamos productos propios como la aplicación Z-Check, que permite a los profesionales sanitarios crear y

utilizar listas de verificación quirúrgica. Aunque esta plataforma también posibilita la incorporación de cualquier tipo de protocolo para una mayor agilización de los procesos clínicos. El objetivo es mejorar la seguridad del paciente que se somete a intervenciones de cirugía. Otro de estos productos es Z-VRAngeo, una *app* que utiliza la realidad virtual para formar a médicos mediante la simulación y la gamificación. A través de unas gafas específicas que se conectan al móvil sumergimos al usuario en un mundo virtual donde puede practicar las técnicas de coronariografía y angioplastia. En estos momentos estamos trabajando con un grupo de participantes actuales del Executive MBA de EADA para construir este proyecto de realidad virtual aplicada a la formación.



Por otra parte, con la farmacéutica Roche hemos ideado un proyecto para desarrollar una aplicación con realidad aumentada destinada a la formación en un evento para reumatólogos.

Después de muchos años de esfuerzo empiezo a ver la recompensa. Es cierto que sin el MBA de EADA no me hubiera lanzado a una aventura tan ambiciosa. Sobre todo, el master me proporcionó los conocimientos que necesitaba en temas de estrategia, marketing y finanzas. Desde entonces, siempre trato de aplicar el *win-win* que me enseñaron en las sesiones del Campus Residencial de EADA en Collbató. Espero que el 2017 sea el año de Zenmness, un año de asentamiento de la salud digital. ☺

"El MBA me proporcionó los conocimientos que necesitaba en temas de estrategia, marketing y finanzas"

para hospitales como para médicos, pues muchas veces se ven obligados a paralizar sus proyectos de I+D+i por falta de recursos económicos. Gracias a Zenmness, pueden seguir adelante con sus iniciativas.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Paralelamente, estamos estableciendo alianzas con el sector hospitalario y farmacéutico. Acabamos de cerrar un acuerdo con el Hospital del Mar de Barcelona que nos ha permitido desarrollar conjuntamente una *app* móvil para la rehabilitación cardíaca. Esta *app*, a la que hemos denominado REHCAPP, es compatible con dispositivos móviles Android y se fundamenta en el empoderamiento de pacientes con problemas cardíacos a través de aportarles un mayor conocimiento y seguimiento de su enfermedad, de los factores de riesgo así como promover estilos de vida saludables. La finalidad es mejorar la adherencia a los tratamientos de los pacientes que han sufrido una angina de pecho o un infarto y aumentar su calidad de vida.

RAPPI



Simón Borrero (Colombia) - International MBA 2009-10

I've always had an entrepreneurial spirit. However, it wasn't until 2000, when I started the Bachelor of Business Administration at the University of the Andes (Colombia), that I took entrepreneurship more seriously. During my time as a student, I founded 6 companies. The only one which worked was Imaginamos, a company offering digital consulting for all organisations to integrate digital platforms (from applications to software). Although the business was going really well, in 2009 I decided to take a break and do the MBA at EADA. I wanted to become the best leader and expand my horizons beyond Colombia. For this, I needed a holistic business view and to acquire new leadership skills.



Doing the master, in addition to being an unforgettable experience, allowed me to dream big, to stop thinking I could only be successful locally. When I finished the master, I cofounded Grability with

"All mistakes and errors, combined with determination, lead to success"

other partners. This is software to go to the supermarket without leaving the mobile device, ensuring the same purchasing experience as the physical store (shelves full of products put in the trolley with a simple gesture). This project allowed us to access the international market, including India and China.

However, like all entrepreneurs, I wanted bigger challenges. With the same partners, we designed an application revolutionising the online delivery service. We wanted to show large retail companies in Latin America how they could improve their service through an online platform. This gave rise to Rappi, an application where consumers can order any product or service in their region, from medicine to some fast food, or a laundry service. It's like having a shopping centre in your hands, because you can shop in the market, it brings cash to your doorstep, finds you a manicurist, or ships clothes from your favorite brands. Whatever you want, you can have at home in under an hour. Furthermore, the deliveries are made by people who use the platform to connect with customers, not employees.

THREE MONTHS IN SILICON VALLEY

What started as an experiment ended as a start-up that caught the attention of the prestigious accelerator Y Combinator, which has invested funds in companies such as Dropbox, AirBnb, Reddit or Instacart. This let us to take part in its three-month training programme in Silicon Valley, where they taught us to enhance the product, attract investors, establish partnerships and create profit. However, without doubt, the most important part of this learning experience was that it changed our mindset.

We stopped focusing on small challenges and dreamt big.

This time in Silicon

Valley concluded with Demo Day, a meeting with investors where we were able to explain our business project. At this event, we managed to capture the interest of around 160 investment funds of the standing of Andreessen Horowitz and Foundation Capital, which provided resources to help launch tech sector firms such as Airbnb, Netflix and Facebook.

Since then, we've expanded our market –after Colombia, we entered the Mexican market, and from this May on, Brazil too. We want to conquer all Latin America. For this, we hire local staff, analyse the economic situation in each country, and study consumer behaviour. Furthermore, we're recording growth of between 60% and 70% in orders. I'm really proud that Rappi was recently named one of the most innovative companies by MIT. This way, we've managed to make Latin America a global reference in tech-based entrepreneurship. My next goal is continue dreaming and think we can't know everything but we can at least try. All mistakes and errors, combined with determination, lead to success. ☺



📍 Bogotá (1) 3163526 Medellín (4) 6045664 Barranquilla (5) 3853213 Cali (2) 4862047

🌐 www.rappi.com

✉ servicioalcliente@rappi.com

📱 [rappi](#)

🐦 [rappicolombia](#)

📌 [RappiTienda](#)

📺 [rappicolombia](#)



PORTFOLIO OF PROGRAMMES

CONVOCATORIA

DE PROGRAMAS

MBA

Programas de orientación generalista de administración de empresas que permiten obtener una visión global de los diferentes sectores y departamentos de la empresa. El participante desarrolla las competencias y los conocimientos necesarios para progresar tanto a nivel personal como profesional gracias al aprendizaje cruzado ya una metodología que denominamos "aprender haciendo".

► GLOBAL EXECUTIVE MBA

Semipresencial: 8 semanas
✈️ Módulos residenciales en España, Alemania, Brasil, China e India con 21 meses de duración. Inicio: oct. 2017

► EXECUTIVE MBA

Lunes alternos de 18.00 h. a 22.00 h. y viernes de 16.00 h. a 22.00 h. o viernes de 16.00 h. a 22.00 h. y sábados alternos de 9.00 h. a 13.00 h. Inicio: 02/11/2017

► EURO MBA

Lunes a viernes de 9.00 h. a 13.00 h.

INTERNATIONAL MBA

Lunes a viernes de 9.00 h. a 13.00 h. Inicio: 18/09/2017

► INTERNATIONAL MBA BILINGUAL - (IN/ES)

Lunes a viernes de 9.00 h. a 13.00 h. Inicio: 18/09/2017

Masters especializados

Los programas de masters especializados dirigidos a recién licenciados no son un año más de estudios universitarios, sino un entrenamiento intensivo para el mundo corporativo.

► MASTER INTERNACIONAL EN FINANZAS - (IN/ES)

Lunes a viernes de 9.30 h. a 13.30 h. Inicio: 28/09/2017

► MASTER INTERNACIONAL EN MARKETING - (IN/ES)

Lunes a viernes de 9.30 h. a 13.30 h. Inicio: 28/09/2017

► MASTER INTERNACIONAL EN MANAGEMENT - (IN/ES)

Lunes a viernes de 9.30 h. a 13.30 h. Inicio: 28/09/2017

► INTERNATIONAL MASTER IN ACCOUNTING AND FINANCIAL MANAGEMENT - (IN)

Lunes a viernes de 9.30 h. a 13.30 h. Inicio: 28/09/2017

► INTERNATIONAL MASTER IN TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT - (IN)

Lunes a viernes de 9.30 h. a 13.30 h. Inicio: 28/09/2017

► MASTER IN SUSTAINABLE BUSINESS AND INNOVATION - (IN)

Lunes a viernes de 9.30 h. a 13.30 h. Inicio: sept. 2017

Dirección General

Liderar con éxito las empresas supone integrar y gestionar recursos, capacidades y activos estratégicos de una manera coherente. El objetivo es lograr más competitividad para crear un mayor valor sostenible en el mercado.

► PROGRAMA DIRECCIÓN GENERAL - PDG

Viernes de 16.00 h. a 22.00 h. Inicio: 23/10/2017

► POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - PAE

Viernes de 17.00 h. a 21.00 h. y sábados de 9.30 h. a 13.30 h. Inicio: marzo 2018

Operaciones

Mejorar la competitividad de la empresa desde el ámbito de las operaciones. Para conseguirlo el programa desarrolla en los participantes una visión global de la empresa, una profunda capacidad de análisis y de síntesis y una eficaz capacidad de acción.

► MASTER EN DIRECCIÓN DE OPERACIONES & SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Lunes de 18.00 h. a 22.00 h. Inicio: 26/10/2017

► EXECUTIVE MASTER EN DIRECCIÓN DE OPERACIONES, LOGÍSTICA & SCM EADA-UOC (EDICIÓN SEMIPRESENCIAL)

Online con dos semanas residenciales en Barcelona. Inicio: 30/10/2017

► DIRECCIÓN DE PROYECTOS

Martes de 18.00 h. a 22.00 h. Inicio: 17/11/2017

THIS IS YOUR TIME EVERYTHING YOU NEED IS WITHIN YOU

Masters ejecutivos

Masters dirigidos a titulados universitarios, con 5 años de experiencia, que hayan desarrollado una actividad directiva o aspiren a ello y que deseen adaptar su perfil competencial a las nuevas demandas del entorno empresarial.

► MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN FINANCIERA

Miércoles de 18.00 h. a 22.00 h. y un sábado al mes de 9.00 h. a 13.00 h.

o viernes de 17.00 h. a 21.00 h. Inicio: 8/11/2017

► MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y COMERCIAL

Viernes de 17.30 h. a 21.30 h. y sábados alternos de 9.30 h. a 13.30 h. Inicio: 23/11/2017

► MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Martes de 18.00 h. a 22.00 h. Inicio: nov. 2017

► MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN DE OPERACIONES & SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Lunes de 18.00 h. a 22.00 h. Inicio: 26/10/2017

► EXECUTIVE MASTERS EADA-UOC (EDICIÓN SEMIPRESENCIAL; ESPECIALIZACIONES EN FINANZAS, MARKETING, OPERACIONES-LOGÍSTICA, Y RR.HH.)

Online con dos semanas residenciales en Barcelona. Inicio: 30/10/2017

Desarrollo directivo

Te enseñará y potenciará una serie de herramientas y habilidades directivas para ayudarte en tu desarrollo profesional: dirección de equipos, negociación, liderazgo, *coaching*, gestión de conflictos, eficacia personal y comunicación.

► PROGRAMA DE DESARROLLO EN LIDERAZGO - PDL

6 módulos residenciales: Viernes todo el día y sábado hasta las 14.00 h. Residencial. Inicio: 26/10/2017

► MASTER INTERNACIONAL EN LIDERAZGO Y COACHING ORGANIZATIVO

6 módulos residenciales. Jueves 16:00h a sábado 19:00 h. Residencial. Inicio: 01/02/2018

► MASTER EN ALTO RENDIMIENTO DIRECTIVO- MARD

9 módulos residenciales. Jueves de 18.00 h. a sábado hasta las 15.00 h. Residencial. Inicio: 15/02/2018

Recursos Humanos

Los programas del área de Recursos Humanos contribuyen a la consecución de los objetivos empresariales, mediante el conocimiento y la aplicación de las relaciones laborales y la dirección de personas.

► MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Martes de 18.00 h. a 22.00 h. Inicio: 26/10/2017

► GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Jueves de 18.00 h. a 22.00 h. Inicio: 26/10/2017

► RELACIONES LABORALES ESTRATÉGICAS

Martes de 18.30 h. a 21.30 h. Inicio: nov. 2017

► COMPENSACIÓN INTEGRAL

Jueves de 18.30 h. a 21.30 h. Inicio: feb. 2018

► HR BUSINESS PARTNER

3 Módulos de viernes a sábado hasta las 14.00 h. Inicio: 27/04/2018

► POSTGRADO EN RR.HH.

Martes y jueves de 18.00 h. a 22.00 h. Inicio: 02/02/2018

► POSTGRADO EN RR.LL. ESTRATÉGICAS Y COMPENSACIÓN INTEGRAL

Mód. A: martes de 18.30 h. a 21.30 h. Mód. B: jueves de 18.30 h. a 21.30 h. Inicio: 07/11/2017

► EXECUTIVE MASTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EADA-UOC (EDICIÓN SEMIPRESENCIAL)

Online con dos semanas residenciales en Barcelona. Inicio: 30/10/2017

Industria Farmacéutica

Te presentamos un conjunto de programas diseñados para dar respuesta a los nuevos retos y necesidades del mercado farmacéutico.

► MASTER EN MARKETING FARMACÉUTICO (ESP. EN MARKET ACCESS / OTC)

Viernes de 17.30 h. a 21.30 h. y sábados de 9.00 h. a 13.00 h. Inicio: 27/10/2017

► DIRECCIÓN CONSUMER HEALTHCARE

1 módulo intensivo al mes. Inicio: 17/10/2017

PORTFOLIO OF PROGRAMMES

CONVOCATORIA

DE PROGRAMAS

Finanzas y Control de Gestión

Programas para desarrollar estrategias que optimicen los resultados. Avanzar implica pasar del estricto registro de hechos contables al diseño de sistemas de gestión económico-financiera cuyo fin es asegurar la viabilidad de la compañía y la creación de valor.

► MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN FINANCIERA

Miércoles de 18.00 h a 22.00 h.
y un sábado al mes de 9.00 h. a 13.00 h.
o viernes de 17.00 h. a 21.00 h.
Inicio: 08/11/2017

► DIRECCIÓN DE CONTROL DE GESTIÓN

Martes de 18.00 h. a 22.00 h.
Inicio: 14/11/2017

► FINANZAS PARA DIRECTIVOS NO FINANCIEROS

Jueves de 17.00 h. a 21.00 h.
Inicio: 26/10/2017

► EXECUTIVE MASTER EN DIRECCIÓN FINANCIERA EADA-UOC (EDICIÓN SEMIPRESENCIAL)

Online con dos semanas residenciales en Barcelona. Inicio: 30/10/2017

Marketing-Ventas-Retail

Las organizaciones buscan directivos que aprendan continuamente tanto de los cambios del entorno como de los inherentes a las empresas a fin de generar nuevos retos en mercados cada vez más globales y competitivos.

► MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y COMERCIAL

Viernes de 17.30 h. a 21.30 h.
Inicio: 23/11/2017

► POSTGRADO EN MARKETING - PRODUCT MANAGER

Viernes de 17.00 h. a 21.00 h.
Inicio: 20/10/2017

► MARKETING INDUSTRIAL Y B2B

Lunes de 15:00 h. a 21.00 h.
Inicio: 13/11/2017

► PROGRAMA EJECUTIVO EN MARKETING DIGITAL & E-COMMERCE

Lunes de 17.30 h. a 21.30 h.
Inicio: 13/11/2017

► DIRECCIÓN COMERCIAL Y DE VENTAS

Viernes de 17.00 h. a 21.00 h.
Inicio: 17/11/2017

► KEY ACCOUNT MANAGEMENT-KAM

Viernes de 16.00 h. a 20.00 h.
Inicio: 24/11/2017

► RETAIL LEADERSHIP PROGRAM (RLP)

Viernes de 16.00 h. a 20.00 h.
Inicio: marzo 2018

► EXECUTIVE MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING EADA-UOC (EDICIÓN SEMIPRESENCIAL)

Online con dos semanas residenciales en Barcelona. Inicio: 30/10/2017

Entorno fiscal

Formación útil para adquirir y profundizar en el conocimiento del actual sistema fiscal y tributario.

► MASTER EN ASESORÍA FISCAL Y TRIBUTARIA

Martes y jueves de 18.30 h. a 21.30 h. Inicio: 28/09/2017

► PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIOS

Martes y jueves de 18.30 h. a 21.30 h. Inicio: 06/03/2018

► FISCALIDAD EMPRESARIAL

Martes y jueves de 18.30 h. a 21.30 h. Inicio: 28/09/2017

FISCALIDAD PERSONAS FÍSICAS

Martes y jueves de 18.30 h. a 21.30 h. Inicio: 08/05/2018



más información en:
www.eada.edu
T. 934 520 844



MONTSERRAT
Hotel & Training
Center

Sólo quien ha vivido la experiencia eada/collbató, puede revivirla con todas sus ventajas y beneficios para su empresa



Coordinación de grupos



Servicio informático
siempre disponible



Servicios propios
de un hotel



Servicio transfer
de taxi / bus



3 estrellas



Parking gratis



Wifi gratis en toda
la instalación



Servicio buffet



Instalaciones
deportivas

Así es. Porque si eres o has sido participante de cualquier programa de Eada en nuestro centro de Collbató, tu empresa podrá realizar eventos o actividades beneficiándose de grandes ventajas y descuentos. Descubre cómo el éxito del próximo evento de tu empresa también puede ser el tuyo.



C/Querol s/n
Urbanización Can Dalmasas
08293 Collbató (Barcelona)

T. +34 937 770 125
F. +34 937 770 175

www.htcmontserrat.com
collbato@eada.edu

Partner académico

eada[®]
business school
barcelona

WHERE YOU KEEP ON GROWING PROFESSIONAL CAREER

ANNUAL MEETING 2017
60º ANIVERSARIO
Growing together: from the past to the future

SAVE THE DATE
10.11.2017

Viernes 10 de Noviembre
18:00h a 21:00h | RSVP: eam@eada.edu
L'Hivernade, Poble Espanyol,
Av. Francesc Ferrer i Guàrdia, 13, Barcelona

MARCELO MARULANDA
Company: Motorola
Country: Colombia
Charge: Retail Manager
Programme: MBA
Year: 2011 -2012



EADA GET TOGETHER IN LISBON

Alumni and candidates during the Master Class offered by professor Antony Poole.

JENNIFER BAUM
Company: Coca-Cola
Country: EEUU
Charge: Head of Talent, Performance & Diversity Management
Programme: International Master in Marketing
Year: 2011-2012



EADA MEET UP IN BOGOTA

Manuel Marín, Entrepreneurship Centre director, met Alumni in Bogotá and shared a message about the entrepreneur's talent.



EADA MEET UP IN LIMA

Manuel Marín and Rosario Castillo, International Representative, met with 30 Alumni in Lima (Perú) and shared the latest news from EADA and introduced our 2 EADA Champions. They will help us boost the EADA Alumni community in Lima.



EADA MEET UP IN MÉXICO

60 Alumni attended our event in México DF held on January.



Connect with other Alumni Expand your network of contacts

EADA Meet Up: International meetings of alumni with the aim of promoting local networking and renewing contact with EADA.



EADA MEET UP UK 2017
London May 2017



EADA MEET UP SWITZERLAND 2017
Zurich June 2017

EZEQUIEL NAVARRO
Company: Premo
Country: Spain
Charge: CEO
Programme: PDG 2008-2009

LENA FRICK
Company: L'Oréal
Country: Switzerland
Charge: Product Manager
Carita & Decléor
Programme: International
Master in Marketing
Year: 2014-15



EADA MEET UP IN BRUSSELS

25 Alumni attended our event in Brussels on Feb 22. Nigel Hayes, Programmes Director, and Julissa Espinoza, Alumni Relations, represented EADA and shared the latest news.



EADA MEET UP HOLLAND 2017
Amsterdam September 2017



EADA GET TOGETHER IN SINGAPORE

Rosa Salvadó, Director of Communication and Strategic Marketing, met with Alumni living and working in Singapore. It was a great opportunity to learn about their career evolution and catch up.



EADA GET TOGETHER GERMANY 2017
Berlin June 2017

WHERE YOU KEEP ON GROWING
INTERNATIONAL
NETWORKING

ANNUAL MEETING 2016: CONECTAR Y CREAR VALOR SOCIAL



HOY ES MÁS NECESARIO QUE NUNCA ESCUCHAR OPINIONES DIVERSAS Y BUSCAR PUNTOS DE ENCUENTRO QUE NOS PERMITAN PROGRESAR. ESTA FUE LA IDEA CENTRAL DEL EADA ANNUAL MEETING 2016, LA GRAN CITA DE LOS EADA ALUMNI QUE SE CELEBRÓ EN NOVIEMBRE EN BARCELONA Y QUE SIRVIÓ PARA INAUGURAR EL NUEVO AÑO ACADÉMICO Y ENTREGAR LOS DIPLOMAS DE LA PROMOCIÓN ANTERIOR.

Es el momento de conectar, comprometerse y compartir. Lo dijo el presidente del Patronato de la Fundación EADA, **David Parcerisas**, en el EADA Anual Meeting 2016, que tuvo lugar en el Palau de Congressos de Catalunya. Según dijo, "las opiniones más interesantes no son las de las políticos ni las del sector financiero, sino las que provienen de organizaciones solidarias, movimientos sociales y emprendedores que aportan valor a la sociedad".

En la misma línea se expresó el profesor de Marketing de EADA **Alexis Mavrommatis**, quien relacionó la generación de experiencias y de valor con la multiculturalidad: "Hoy nos hemos reunido aquí casi un millar de personas, de más de 20 nacionalidades y de 7 religiones diferentes y, a pesar de las diferencias culturales, estamos cocreando, compartiendo experiencias y aportando valor".



eam | eada
2016 | annual
meeting

Networking

Más de
900
asistentes



MELODÍA EN SILENCIO

Para conectar y crear valor con otras personas no es condición *sine qua non* conocerse. Incluso no hace falta ni hablar. Así lo puso en evidencia **Steve Barnett**, "el director de orquesta silencioso", capaz de crear una melodía sin hablar ni ensayar previamente. Lo consiguió orquestando a un público diverso que hizo música con unos simples tubos de colores. Hubieron momentos de más o menos intensidad, aunque siempre con ritmo y armonía. Al acabar, el texto que se leía en la pantalla era: "Lo habéis hecho sin esfuerzo y rápidamente. Lo mismo puede ocurrir en nuestras vidas, dentro de las comunidades que hacen que nuestros mundos avancen y en organizaciones con impacto global".

COMPROMISO SOCIAL

Hay marcas que crean valor para mejorar la sociedad y cambiar las vidas de las personas. Una de ellas es Red Bull, donde trabaja desde hace unos años **Fouad Karam**, que realizó el International Master in Marketing de EADA entre 2006 y 2007. En esta empresa asume el cargo de *International Culture Marketing Manager*. Lo que hace es buscar a jóvenes talentos internacionales y ayudarles a desarrollar su carrera profesional. Por ejemplo, Fouad lidera el proyecto *Red Bull BC One*, la competición anual que convoca Red Bull para seleccionar al mejor *B-Boy*, nombre con el que se designa a los *break dancers*. "Para crear valor hay que establecer conexiones con personas diferentes y entender su cultura, historia y contexto", apuntó.

EXPERIENCIAS QUE APORTAN VALOR

El evento concluyó con una sesión de *networking* dinamizada por el EADA Alumni **Fernando Le Monnier**, que realizó un programa de Dirección de Marketing entre 1991 y 1992. La actividad consistió en un juego interactivo con *tablets* donde todos los asistentes, distribuidos en varios equipos, resolvieron cuestiones relacionadas con EADA y con los programas formativos que hicieron. Según Le Monnier, "actividades como esta permiten establecer nuevos contactos, adquirir conocimientos, desarrollar la capacidad de trabajar en equipo, fomentar la creatividad y compartir experiencias que aportan valor".

Colaboradores / Partners



© Photocall en la zona de networking con reencuentros de Alumni.

NOTÍCIAS Y ACTUALIDAD



EMPRENDEDORES

IMAGINE IOT

Cuatro EADA Alumni exploraron en la primera edición de Imagine IoT las posibilidades que ofrece el *Internet of Things* para cambiar el mundo y solucionar problemas sociales. **Clara Remacha** propuso para autopistas un proyecto relacionado con la seguridad vial. **Carmen Delgado** desarrolló para Adan MI una solución para paliar la anafilaxia. **Sindy Petoia** trabajó en una iniciativa sobre cocinas inteligentes para Grupo Cosentino. Y **Eduardo Pardo** diseñó para Dormity.com un colchón inteligente para mejorar el descanso de las personas.



El profesor de EADA, **Jordi Costa** (izquierda) y el presidente de ICSA Grupo, **Ernest Poveda**, durante la presentación del estudio en febrero.

La recuperación económica impacta en el aumento de los salarios

El informe 'Evolución salarial 2007-2016' de ICSA Grupo y EADA constata la recuperación de la economía española en los últimos ejercicios. Según el estudio, por primera vez durante la crisis aumentan las retribuciones salariales en todas las categorías profesionales. Las principales causas son a la recuperación del PIB –que ha crecido un 7,8%– y a una inflación acumulada en los últimos 9 años del 12,5%.

En el rango más básico, el de los empleados, el salario bruto se situó en 2016 en 22.841 euros, superando el pico de los 22.762 euros de 2009. En la categoría de cargos intermedios se rompe la tendencia negativa de los últimos años de pérdida de nivel adquisitivo. También, por primera vez, el salario bruto anual alcanza los 39.364 euros, una cifra que ni tan solo se consiguió antes de la crisis, en 2007, cuando la media era de 34.803 euros. Los directivos también han visto aumentar sus salarios en 2016, llegando a los 78.875 euros brutos anuales. Por sectores, el mejor pagado es el de la industria, sobre todo por la mayor cualificación de los perfiles profesionales y por las exportaciones. En el lado opuesto está el comercio y el turismo debido, principalmente, a la poca cualificación.



Radiografía de las empresas no financieras del IBEX

En noviembre presentamos el **I Ranking EADA IBEX 2015-2016**, cuyo principal factor diferencial con respecto a otros informes es que analiza el estado de las compañías que cotizan en bolsa en base a sus ratios económicos y financieros más importantes.

El estudio, realizado por el profesor de Finanzas **Rafael Sambola**, concluye que las empresas mejor clasificadas en el ranking son Amadeus, Inditex y Mediaset. Ello se debe a su elevada rentabilidad –por encima de los dos dígitos–, su bajo endeudamiento –lo que supone menos riesgos de cara al inversor– y el hecho de que destinan gran parte de sus ingresos a inversiones, aspecto clave para garantizar su solvencia económica en los próximos años.

Cerrando la tabla se sitúan Repsol, Arcelor e Indra, empresas que se han visto afectadas por la caída de la rentabilidad, por la fuerte competencia en su sector y por su elevada deuda con respecto al EBITDA.

Otros datos de interés son que un 73% de las compañías analizadas ha mejorado su facturación y que el 65% invierte más de lo que amortiza. Aparte, la mayoría de empresas del Ibex tienen unos porcentajes de internacionalización de entre el 70% y 80%.



El estudio es el resultado de una investigación rigurosa llevada a cabo por el profesor **Rafael Sambola**.

RANKINGS



'Joint-venture' con HHL Leipzig Graduate School

El **Global Executive MBA** de EADA, que se realiza conjuntamente con la escuela de negocios **HHL Leipzig Graduate School**, ha sido seleccionado en el *Top 15* de los mejores programas conjuntos del mundo. En concreto, está en la 14ª posición de un ranking publicado por **Ivy Exec**, una comunidad que agrupa a más de 600.000 profesionales de alto nivel que buscan un avance profesional a largo plazo. El principal objetivo del programa es promover las habilidades de liderazgo a través del desarrollo de competencias y conocimiento.

SOSTENIBILIDAD

EADA y Fundación SERES avanzan en la medición del impacto social

Hoy en día se puede medir y evaluar cualquier acción empresarial. Sin embargo, en el caso de los programas de Responsabilidad Social (RS) la medición del impacto social está aún en sus inicios. Esta medición es compleja y multidimensional ya que implica multitud de elementos y grupos de interés. Para solucionar este problema, EADA y la Fundación SERES –que agrupa a más de 125 empresas e instituciones comprometidas con el cambio social– han creado una nueva herramienta de medición que busca optimizar el impacto social de las acciones llevadas a cabo por cualquier organización. Se trata de la herramienta **IC – EADA SERES**, a la que podrán recurrir los responsables de acciones de RS para medir e identificar qué elementos optimizan el impacto social.

El modelo consta de 12 fases que van desde las etapas iniciales de diseño –definiendo bien las problemáticas sociales a solucionar así como los objetivos a conseguir– hasta el cálculo de índices –incluyendo todos los aspectos de gestión, eficiencia y eficacia de este programa. El proyecto lo ha liderado la **Dra. Elisabeth Garriga**, directora del *Corporate Sustainability Impact Centre* de EADA, que insiste en “la importancia de hacer la medición del programa social desde las fases iniciales de su diseño”.



La **Dra. Elisabeth Garriga** ha liderado la nueva herramienta para optimizar el impacto de las acciones de RS.

FINANCIAL TIMES

El EuroMBA, entre los mejores MBA 'online' del mundo



El EuroMBA, el programa en formato *blended* creado y participado por EADA y otras cinco escuelas de negocios europeas, ha sido distinguido entre los 12 mejores MBA *online* del mundo según el 'Online MBA Ranking 2017' de *Financial Times*. Se trata de un programa internacional con 20 años de historia que ofrece a los participantes una experiencia única porque combina 10 módulos *online* con seis semanas de formación en las sedes de las seis escuelas de negocios consorciadas: **Barcelona** (EADA), **Holanda** (The Maastricht University School of Business and Economics), **Francia** (IAE Aix), **Alemania** (HHL), **Polonia** (Kozminski University) y **Francia** (Audencia Nantes).

Otro valor añadido del programa es que aporta a los participantes una visión global del mundo de los negocios desde seis realidades culturales diferentes.

“Las escuelas de negocios que participamos en este programa fuimos pioneras hace 20 años impartiendo un MBA *online*, pues fuimos capaces de atraer perfiles de cualquier parte del mundo, de diferentes culturas, sectores y con distintos desafíos directivos”, explica **Jordi Díaz**, director de Programas y Relaciones Internacionales de EADA. En su opinión, “saber innovar y anticiparse al futuro es lo que se espera de una *business school*”.



Imagen de los participantes del EuroMBA que realizaron un módulo residencial en EADA en 2016.

Más información en www.euromba.org



La nueva Zona Outdoor Training pone a prueba las habilidades directivas de los participantes.

Más información en www.eada.edu/es/por-que-eada/campus/collbató-residencial-training-campus

Los retos del 'Outdoor Training' en Collbató

¿Qué desafíos estás dispuesto a asumir? Esta es la pregunta que se hace a todos los participantes de los programas master y MBA que prueban la nueva Zona Outdoor del Collbató Residencial Training Campus, que convierte a EADA en la única escuela europea en disponer de estas instalaciones. Tienen entre 5 y 8 metros de altura y posibilitan el aprendizaje mediante la superación de retos y juegos de acción, además de fomentar valores personales y colectivos.

“Mediante la superación de retos en altura se afrontan miedos y limitaciones psicológicas gracias al apoyo del resto de miembros del equipo”, explica **Carles Brugarolas**, profesor y director del departamento de Estrategia, Liderazgo y Personas de EADA. Por ello, asegura, “estas actividades están orientadas a la acción y, además, permiten desarrollar habilidades como la autoconfianza y la confianza en los demás, el autocontrol, la cooperación y la colaboración, y la capacidad de asumir riesgos y de iniciar nuevos proyectos”. Es un entrenamiento perfecto para poner a prueba las habilidades directivas, ya que todos los juegos, ejercicios y retos planteados no implican la obligatoriedad de realizarlos, siempre es el participante quien finalmente toma la decisión de si participa, de qué manera y hasta qué nivel de reto está dispuesto a asumir.

EVENTOS

Celebración del nuevo año chino

Un año más, EADA se ha sumado a los actos de celebración del nuevo año chino. El más importante fue la gala que organizó en Barcelona la Embajada China en España el pasado 22 de enero. Asistieron más de 500 estudiantes chinos procedentes de diferentes asociaciones y universidades de España. Al frente de la organización del evento estuvo **Yang Fan**, presidente de la Asociación de Estudiantes e Investigadores Chinos en Barcelona y participante actual del International Master in Finance de EADA. Fue uno de los siete estudiantes chinos de EADA que participó en este acto, además de **Margaret Chen**, miembro del *International Advisory Board* de EADA y fundadora de la plataforma China Spain Innovation & Ventures.

Yang Fan tuvo la oportunidad de intercambiar con ellos impresiones acerca de los estudios que realizan en España así como sus perspectivas de futuro y la situación actual de China. “La mayoría quiere volver a China por las oportunidades laborales que implica su apertura económica y los nuevos negocios que se están desarrollando”. Pero también, añade, “hay algunos como yo que preferimos trabajar en una empresa española para adquirir más conocimiento en nuestro ámbito y poder aspirar en China a un puesto de trabajo directivo, de gran responsabilidad”.



Foto correspondiente al encuentro que se hizo en nuestro campus de Barcelona entre los estudiantes chinos de la actual promoción, representantes de la Embajada de China en España y representantes institucionales de EADA.

INSTITUCIONAL

Shanghái, nuevo epicentro industrial

El patrón de EADA **César Molins** inauguró el 28 de marzo en la región china de Wuhu una nueva fábrica de la empresa de automoción AMES que él preside y que ocupará a 250 trabajadores. En el evento, al que también asistió el conseller d'Empresa i Coneixement Jordi Baiget, Molins explicó que China se ha convertido en el primer fabricante de automóviles del mundo.



EMPRENDEDORES

START-UPS DE BASE TECNOLÓGICA

El proyecto 'Fenix' fue el ganador de la VI edición del Programa **M.A.P. (Market Assessment Program)**, una iniciativa entre **ACCIO** –la agencia catalana para la competitividad de la empresa– y EADA que impulsa la creación de *start-ups* de base tecnológica. El proyecto, galardonado con 3.000 euros, se centra en el desarrollo de un dispositivo que reduce las interferencias entre dispositivos de sistemas globales de navegación por satélite (GNSS).



NOTÍCIAS Y ACTUALIDAD

Semanas Internacionales en Collbató

El Collbató Residencial Training Campus acogió entre el 27 de marzo y el 7 de abril una nueva edición de las **International Weeks** de EADA, dos semanas en las que los participantes de los masters internacionales tienen la oportunidad de realizar diferentes seminarios impartidos por expertos procedentes del mundo académico y corporativo. Este año, las clases giraban en torno a sostenibilidad, digitalización, negocios internacionales y *management* responsable. Una de las sesiones con más afluencia de participantes fue la que impartió la **Dra. Suzanne Rosselet**, fundadora del Global Competitiveness Consulting y experta en desarrollo económico sostenible y en inversiones estratégicas. Rosselet centró su ponencia en los factores que permiten a países y empresas mejorar su competitividad. En su opinión, en ambos casos es fundamental la apuesta por la innovación y la creatividad, "pues son los principales factores que marcan la diferencia". También tuvo buena acogida el seminario sobre cómo gestionar emergencias humanitarias impartido por la **Dra. Nines Lima**, que permitió a los estudiantes a adoptar decisiones estratégicas en entornos adversos. Construyeron, además, un campo de refugiados y simularon cómo abastecer una población en riesgo. La profesora de EADA **Estrella Fernández** impartió una clase de *mindfulness* para que los asistentes tomaran conciencia de sus experiencias presentes, tanto las internas –pensamientos, sensaciones corporales y emociones– como externas –estímulos sensoriales–.



Imagen de la **Dra. Suzanne Rosselet** durante su intervención en el programa de TV3 'Diners' en el marco de las International Weeks de EADA.

Recuperación económica 'firme' de las empresas españolas

El **VIII Diagnóstico Financiero de la Empresa Española** de EADA y CEPYME presentado en abril constata la recuperación económica y financiera "firme" de las empresas de nuestro país. Según el informe, basado en el análisis de 700 compañías de diferentes sectores y tamaños, todas han mejorado sus principales indicadores. Así, por ejemplo, la rentabilidad empresarial se elevó hasta el 7%, el mayor porcentaje desde 2007. También en 2016 las ventas crecieron en promedio el 3,7%, destacando el sector industrial –en especial, grandes y medianas compañías con alzas alrededor del 10%, todo lo contrario de microempresas y pequeñas, que apenas superaron el 2% y 3%–. Además, el 77% de las empresas tuvieron beneficios –sobre todo las exportadoras–, la cifra más alta desde 2009.

Aunque hay razones para el optimismo, **Rafael Sambola**, director del Master en Dirección Financiera de EADA y autor del estudio, alerta de que "las inversiones empresariales aún no son suficientes para asegurar un crecimiento sostenido a largo plazo". En concreto, el 62% de las empresas consultadas no tiene previsto hacer ninguna inversión o si la hace será por debajo de la amortización. En su opinión, "las empresas se lo piensan dos veces antes de invertir, principalmente porque su prioridad sigue siendo la reducción de su carga financiera derivada de la reciente crisis económica".



El profesor **Rafael Sambola** durante la presentación del estudio en la sede de Fepyme Catalunya.

CEPYME **eada**® business school barcelona
CONFEDERACIÓN CÁMARA DE LA PRODUCCIÓN Y SERVICIOS EMPRESARIAL



COLABORACIÓN

Gestión en 'retail'

En marzo presentamos el nuevo **Retail Leadership Programme** de EADA en el Orbea Campus Barcelona, la única *flagship* de Orbea en España. Su *store manager*, **Roger Roca**, explicó a los asistentes las singularidades de este nuevo concepto de tienda pensada para los amantes del ciclismo: espacio abierto, diseño urbano, pódiums móviles para la exposición de bicicletas, cafetería, *parking* y sala de reuniones son algunas de sus señas de identidad.



CONVENIO

EADA e ICH forman a DIRECTIVOS DEL SECTOR 'CONSUMER HEALTHCARE'

En febrero lanzamos junto con el **Instituto Consumer Healthcare** (ICH) el **Programa de Dirección en Consumer Healthcare**, dirigido a directivos de este sector que deseen ampliar sus conocimientos a través de *best practices*. Son 64 horas lectivas y 10 sesiones: seis de ellas en el Campus de Collbató y cuatro en el Campus de Barcelona.



DAY by DAY



1. International Master in Finance Class 2017 visiting Frankfurt Stock Exchange.
2. Nizar Hassan y Ricard Tapias en el Mobile World Center después de un un *hackathon* en Imagine Express 2017.
3. EADA MBA team (Clint, Daniel and Julian) in Bogotá taking part of The Negotiation Challenge Team at the Universidad de los Andes en Colombia.
4. International Master in Finance Class 2017 at KPMG Frankfurt.
5. Participants of the Master in Finance took part in meditation sessions before the Ethic & Professional Standards class.
6. EADA Finance participants attended a conference presented by Pascal Wojtaszczyk.
7. Participantes del MBA participaron del evento 4YFN en el el Barcelona Mobile World Congress.
8. Second day of the EAM. 40 Alumni of our International Masters and MBAs got together in Collbató to relive the EADA experience.
9. EADA Alumni, Nataly Ayoub, Khaled Hossameldin and Marwan Auda — at The American University in Cairo (Tahrir Campus) (AUC).
10. Lourdes López from Global Research Professional explained real job opportunities for our current students at a big event for Finance and Consulting industry.
11. EADA's International Master in Marketing participants have had an awesome time at The Festival of Marketing in London.
12. Participants of the International Master in Tourism & Hospitality Management with the HR Director of Hotel Arts Barcelona and his team.



eada^e alumni



Ser socio de **EADA Alumni** significa confianza, seguir creciendo en una **Comunidad** en la que no sólo encontrarás iniciativas enfocadas en el **conocimiento** y **desarrollo personal**. También trabajamos para ofrecerte **ventajas** y **descuentos exclusivos** que puedes encontrar en la web de EADA o en tu campus virtual.



Formación continua y difusión de las **últimas tendencias** en gestión y dirección de empresas



Promover el **networking** activo y fomentar la **colaboración** y **ayuda** mutua entre todos



Contribuir en el **desarrollo profesional** y **marca personal** que cada uno de nuestros miembros se ha ido construyendo

Empresas colaboradoras de EADA Alumni:



Hazte socio

CONTACTA:

eadaalumni@eada.edu

Todo lo que necesitas por sólo 0,38€ al día



EADABS 

@EADABusiness 

EADABusinessSchool 

[linkedin.com/company/eada](https://www.linkedin.com/company/eada) 

+eada 

blogs.eada.edu 

eada[®]
business school
barcelona

Aragó, 204 | 08011 Barcelona
T. +34 934 520 844 | F. +34 933 237 317
info@eada.edu | www.eada.edu